

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**A ASCENSÃO DA REDE RECORD: MILAGRE OU
COMPETÊNCIA NA TELEVISÃO BRASILEIRA?**

FELIPE DE OLIVEIRA MONTEIRO

RIO DE JANEIRO
2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**A ASCENSÃO DA REDE RECORD: MILAGRE OU COMPETÊNCIA NA
TELEVISÃO BRASILEIRA?**

Monografia submetida à Banca de
Graduação como requisito para obtenção
do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

FELIPE DE OLIVEIRA MONTEIRO

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

RIO DE JANEIRO
2011

FICHA CATALOGRÁFICA

MONTEIRO, Felipe de Oliveira.

A ascensão da Rede Record: milagre ou competência na televisão brasileira. Rio de Janeiro, 2011.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação –
ECO.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **A Ascensão da Rede Record: Milagre ou competência na televisão brasileira?**, elaborado por Felipe de Oliveira Monteiro

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia .16./.11../..2011..

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação .- UFRJ

Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Departamento de Comunicação -. UFRJ

Prof. Dr. Marcelo Helvecio Navarro Serpa

Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO
2011

MONTEIRO, Felipe de Oliveira. A Ascensão da Rede Record: Milagre ou competência na televisão brasileira? Orientador: Eduardo Refkalefsky. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo entender a ascensão meteórica, em especial nos últimos cinco anos da Rede Record de Televisão, sendo a emissora que mais cresceu neste período no Brasil. Se não bastasse este fator, a Record ainda é presidida por Edir Macedo, líder da Igreja Universal do Reino de Deus(IURD), fator inédito na comunicação brasileira, em se tratando de uma empresa de destaque no cenário nacional. Por isso, pretende-se ver qual a participação que a entidade religiosa exerce no conteúdo programático do canal televisivo e até onde ela é responsável por este crescimento. Como estudo de caso, irá se analisar a compra exclusiva, pela primeira vez, da transmissão dos Jogos Olímpicos de Londres, em 2012, para a TV aberta pela emissora de Edir Macedo. Neste mesmo trabalho, ainda se pretende mostrar as diferenças entre o SBT, antigo detentor da segunda posição na preferência nacional, e a Record, atualmente ocupando este posto, para atingir a primeira posição na televisão que pertence a TV Globo.

Sumário

1. Introdução

2. O início da TV no Brasil

2.1. A história da Rede Record

2.2. A IURD e a Record

3. Mídia e Religião

3.1. A Igreja Eletrônica

3.2. O Televangelismo na Record

4. Guerra de audiências: A consolidação do segundo lugar

5. O esporte como estudo de caso

5.1. Futebol na Globo, tudo a ver.

5.2. Record, a emissora oficial do esporte olímpico no Brasil.

6. Conclusão

7. Bibliografia

1.Introdução

Após décadas sem ser incomodada no poder, a Rede Globo de Televisão começou a ter em seu encalço a Rede Record. A aquisição da Rede pela Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) representou o início de um processo de desregulação do até então laico mercado televisivo no Brasil. A compra da Record por US\$ 45 milhões e o compromisso assumido por Macedo, de pagar US\$ 300 milhões de dívidas antigas, representaram um novo capítulo na inserção pentecostal na mídia televisiva brasileira. Nos últimos anos, a emissora do Bispo Edir Macedo vem conquistando uma parcela cada vez mais significativa de telespectadores e conseqüentemente, crescendo. Como se deu essa trajetória de sucesso? Quais teriam sido as causas que levaram a sua concretização? Como a Rede Record se diferenciou das outras emissoras de porte secundário de modo a ousar desafiar a hegemonia *global*?

A pesquisa a ser realizada terá por objetivo analisar a ascensão da Rede Record de Televisão, buscando em sua história elementos que ensejem a compreensão de seu recente sucesso. Tal esforço dar-se-á a partir de uma metodologia comparativa, por meio da qual se espera observar quais são os atributos que diferenciam a emissora de suas concorrentes menos bem sucedidas, na disputa pela audiência na TV aberta, em rede nacional. Nesse sentido, à guisa de simplificação e recorte metodológico, tendo em vista seu relativo destaque perante as outras concorrentes, o SBT foi escolhido para o desenvolvimento de um estudo de caso mais detalhado. Convém adiantar, todavia, que a ligação da Rede Record com a IURD e com o público evangélico de modo geral, sobressai como hipótese explicativa inicial para a compreensão da trajetória singular da emissora.

Pretende-se ao final desta monografia apresentar dados suficiente para determinar qual a influência do elemento religioso, haja vista a crescente popularidade da IURD. Assim como, espera-se encontrar na história da Record a estruturação de um modelo de trabalho no qual os elementos laico e religioso interagem em sintonia a partir da busca por um propósito comum.

Uma vez que a análise de uma programação inteira e que vem se consolidando ao longo dos últimos cinco anos seria impossível de se realizar em um trabalho monográfico, pretendo recortar ainda mais meu objeto, limitando-o a um estudo

específico da parte esportiva da emissora que ilustra bem a concorrência, cada vez mais acirrada, quando comparada com a Globo.

A emissora da família Marinho construiu sua hegemonia, baseando-se em um tripé de programação voltado para o jornalismo, a teledramaturgia e os esportes. Até poucos anos atrás, qualquer tentativa de concorrência de outros canais de televisão, nestes seguimentos era simplesmente impensável, fosse pela falta de habilidades técnicas para a realização destes programas, fosse pela falta de verba para competir e ganhar licitações para a transmissão de grandes eventos. E foi justamente numa dessas bases de sustentação que veio a primeira grande derrota da Globo, para a Record.

Com a dificuldade de competir com as Organizações Globo pelo grande filão que é o futebol, seja por motivos estritamente financeiros, seja por preferências escusas, a Record apostou nos esportes amadores, em certa medida abandonados pelas TVs abertas e que só ganhavam relevância em grandes eventos ou em partidas decisivas. Nos últimos anos, a emissora de Edir Macedo transmitiu com exclusividade os Jogos Olímpicos de Inverno de Vancouver, em 2010, e os jogos Sul-Americanos de Medellin, em 2011.

Para este ano, a Rede Record comprou os direitos de transmissão exclusivos para TV aberta do Pan-Americano de Guadalajara, em 2011, além de garantir os próximos em 2015 no Canadá e os direitos exclusivos de transmissão para TV aberta dos Jogos Olímpicos, a serem disputados em Londres, em 2012. Tal fato mostra, por si só, a importância de um estudo sobre a emissora de Edir Macedo e como eles pretendem evoluir e se consolidar como referências de uma nova era.

Deve-se considerar que esta transmissão pode ter um impacto significativo na distribuição do ibope das emissoras, diminuindo ainda mais a diferença da Rede Globo para Rede Record. Caso o canal do Bispo Edir Macedo tenha sucesso nessa nova empreitada, a ameaça ao primeiro posto na preferência do público brasileiro se concretizará e será cada vez mais possível de acontecer. A forma a ser abordada pela Record, também será interessante, já que a mesma terá que criar um modelo novo de transmissão para não ser associada à rival reduzindo-se a parecer uma espécie de afiliada das Organizações Globo.

Antes de 2012, entretanto, a Record já transmitiu e irá transmitir outros eventos esportivos com exclusividade, como os Jogos Sul-Americanos e os Jogos Olímpicos de Inverno, porém o grande teste se dará no meio de 2011 com a transmissão exclusiva dos Jogos Pan-Americanos de Guadalajara, que servem como uma espécie de preparatório para os Jogos Olímpicos de Londres.

Como já elucidado anteriormente, acredito que este trabalho possa vir a ter uma grande importância para o campo da Comunicação Social, particularmente, por duas razões: primeiro, pois mostra o possível surgimento de uma emissora, para desbancar o monopólio de anos da Rede Globo, uma emissora com idéias novas e fórmulas diferentes, que pode ajudar, inclusive, a própria Globo a se reinventar e melhorar o conteúdo programático, que já apresenta claros sinais de desgaste, o que acaba por fazer com que um grande número de espectadores migre para as emissoras de TV a cabo. Não obstante, muitas destas emissoras transmitem apenas materiais ‘importado’, deixando os telespectadores cada vez mais afastados da produção cultural nacional.

Em segundo lugar, podemos analisar qual o interesse de um seguimento religioso, no caso a Igreja Universal, em ter uma emissora de televisão que vem crescendo a olhos vistos. Afinal, para se ter tanto uma melhora técnica, quanto uma melhora de conteúdo, seja através da contratação de pessoas, ou da compra de programas e eventos, é necessário um grande investimento, faltando saber qual o retorno que os donos da Record pretendem, se é apenas um retorno financeiro, ou um retorno ideológico, de criação de uma nova tendência e da divulgação dos ideais pregados nos cultos neopentecostais e, conseqüentemente, a fidelização cada vez maior de seguidores da Igreja Universal.

O trabalho busca descobrir, quem é este novo público que a Record está capturando da Rede Globo. Diante disto a análise partirá da hipótese de que este não se restringe aos fiéis das religiões neopentecostais. Sendo assim, espera-se observar como um público ‘não fiel’ estaria sendo responsável pelo incremento de poder de uma emissora declaradamente ‘fiel’. A partir de então, será possível aprofundar o esforço de compreensão do fenômeno a partir de um questionamento acerca de sua causa fundamental, isto é, quais são as intenções dos atores que arquitetaram este modelo de sucesso. Mais propriamente, seria o *leit motiv* da Record a conversão de fiéis para o séquito da IURD ou a maximização dos lucros financeiros de seus investidores?

Para realização deste trabalho monográfico, irá se fazer um estudo sobre a história da Rede Record, quando surgiu, como surgiu, qual era sua posição no mercado, dando enfoque principalmente para o momento em que a mesma é comprada pelo Bispo Edir Macedo e cai nas mãos da Igreja Universal. A partir daí serão traçadas as estratégias e formas utilizadas pela IURD em seu início e como foi mudando, até chegar ao posto de número dois na preferência nacional. Como ela se ligava a religião antes e como ela mostra suas idéias agora, de uma maneira mais amena e menos direta. Os avanços que aconteceram neste período e tentar traçar um paralelo entre a prosperidade da Record e da IURD.

Após essa introdução histórica, se passará a analisar a expansão em si nos dias de hoje e entender se esse aumento de ibope se deu pela sua própria mudança de estratégia, ou se contou com a queda de qualidade de suas rivais. Tentar-se-á também fazer um levantamento de que público foi esse que migrou da TV Globo, principalmente, para a Record, se este público representa uma faixa religiosa, ou se é um grupo heterogêneo e que não liga a Record a Igreja Universal, já que mesmo com o crescimento da Record, a taxa de rejeição aos neopentecostais ainda é muito alta.

Pretende-se também fazer um levantamento, comparativo ao feito com a Rede Record, em cima do Sistema Brasileiro de Televisão(SBT), que até alguns anos atrás era considerado o segundo na preferência nacional e, até com certa folga. A partir de então, pretende-se entender o porquê de ter perdido espaço e, ficar cada vez mais distante da briga pelo topo, ou seja, quais as diferenças principais entre as formas de gestão do SBT e da Rede Record.

2.O início da TV no Brasil

A televisão no Brasil começou em 1950, no mês de setembro, e foi trazida por Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados, cadeia de jornais e emissoras de rádio, que fundou o primeiro canal de TV no país, a TV Tupi. No início, a televisão era um artigo de luxo, ao ser inaugurada Chateaubriand teve que trazer duzentos aparelhos importados, para que as pessoas pudessem ver. A dificuldade em se ter uma programação diária, também era enorme, praticamente impossível e, mesmo sem produção de TVs no país, sem um grande público e com um mercado publicitário jovem Chateaubriand já conseguiu atrair interesses de patrocinadores e fechar contratos com duração de até um ano, mostrando desde então que o mercado, ainda que novo, já percebia o poder que poderia ter aquele novo meio de comunicação que estava se difundido no Brasil.

Em um ano, as duzentas televisões trazidas por Chateaubriand já se transformaram em aproximadamente sete mil, espalhadas entre Rio de Janeiro e São Paulo. Definitivamente, esse novo modelo de se transmitir informações, entretenimentos e eventos havia chegado para ficar.

2.1 A História da Rede Record¹

O surgimento da TV Record se deu no ano de 1953, apenas três anos após a chegada da televisão no Brasil, através do empresário Paulo Machado de Carvalho, fundador da Rádio Record, em 1931. Com equipamentos de ponta, vindos dos Estados Unidos, a emissora foi responsável pela inovação na forma de se transmitir programas televisivos. Antes da Record, existiam havia mais duas emissoras de TV em São Paulo, a TV Tupi e a TV Paulista.

A primeira transmissão foi ao ar no dia 27 de setembro de 1953 e se tratava de um programa musical apresentado por Sandra Amaral e Hélio Ansaldo, já demarcando a importância que teria a rede na evolução da música popular brasileira. A criação de

¹ -A primeira parte deste capítulo foi feita a partir de dados obtidos no site <http://rederecord.r7.com/historia.html>, visitado no dia 15/08/2011

Paulo Machado de Carvalho causou tanto impacto na imprensa da época que rendeu uma matéria de página inteira no “Estado de São Paulo”, um dos maiores jornais do país e que tratava a emissora como uma das maiores do mundo.

Além da aposta em espetáculos musicais, que levaram a emissora a liderar por diversas vezes a audiência, o gênero esportivo também foi bastante explorado. Mesa Redonda, criado em 1954 trouxe uma nova dinâmica e jeito de se debater e mostrar não só o futebol, como outros esportes. No mesmo ano foi criado o primeiro seriado produzido no Brasil “Capitão 7”, ficando no ar até 1966.

No dia 18 de setembro de 1955, aniversário de cinco anos da televisão brasileira, a Record se tornou a pioneira na transmissão externa de um jogo de futebol. A partida em questão foi disputada entre Santos e Palmeiras, na Vila Belmiro e terminou com o placar de 3 a 1 para o Santos. Um ano depois, mostrando que pretendia fazer uma ampla cobertura esportiva e não apenas futebolística, a emissora mostra pela primeira vez, ao vivo, a cobertura do Grande Prêmio de Turfe do Brasil, diretamente do Jockey Clube do Rio de Janeiro.

Na década de 60, a Record seguiu com suas inovações e foi a única televisão a transmitir a inauguração de Brasília em 21 de abril de 1960. Em 1964, o Repórter Esso, sucesso de audiência no rádio e na TV começa a ser transmitido. Um ano mais tarde, surge o “O Fino da Bossa”, programa musical comandado por Elis Regina e Jair Rodrigues e que recebia, ao vivo, convidados como Tom Jobim, Vinicius de Moraes e Dorival Caymmi. O programa fez grande sucesso e teve uma participação fundamental na difusão e redefinição da música popular brasileira. Prova da importância da emissora para a música brasileira é que, no mesmo ano, Roberto Carlos estreava o programa “Jovem Guarda”.

Em 1966, um incêndio destruiu os estúdios e a central técnica da emissora, em São Paulo. O ano também é marcado pela chegada de Hebe Camargo à casa e a realização do 1º Festival de Música Popular Brasileira, produzido por Solano Ribeiro, responsável pelo 1º Festival da TV Excelsior. Em sua primeira edição, Chico Buarque e Nara Leão levaram o prêmio pela interpretação de *A Banda*, assim como *Disparada* de Geraldo Vandré. Os festivais da música mudaram por completo o cenário e forma como eram mostradas a MPB, servindo tanto como forma de protesto, já que a ditadura militar estava no governo, como forma de distração para amenizar um pouco a dor de todos que estavam sofrendo com a rigidez dos golpistas.

Ainda durante a década de 60, a Record apostou na veia cômica e estréia o humorístico *A Família Trapo*, escrito por Jô Soares e Carlos Alberto de Nóbrega, que posteriormente fariam sucesso no SBT.

Apesar da concorrência, cada vez mais acirrada e das dificuldades técnicas que aconteceram após o incêndio em 1966, a Record continuou inovando e investindo na criação de programas que geraram grande audiência, mantendo-se assim fixamente em segundo lugar na preferência nacional.

Em 1970, é inaugurado o “Clube do Bolinha”, um show de calouros que serviu para consagrar ou manter no auge diversos músicos e, se tornou um dos principais expoentes da emissora de Paulo Machado de Carvalho.

Apostando na irreverência, em 1971 é contratado Ronald Golias, um dos maiores comediantes do país, para o humorístico Bronco Total. Um ano depois, a Record fez sua primeira transmissão a cores durante a Festa da Uva, em 19 de fevereiro. Em 73, chega um grupo de humoristas, que **mais** tarde seriam reconhecidos e idolatrados por uma geração de fãs. Didi, Dedé e Mussum, participavam do programa “Os Insociáveis”, que ficaria conhecido posteriormente como “Os Trapalhões.”

A emissora ainda aproveitou a década de 70, para se firmar como uma TV que transmitia também notícias e, não apenas entretenimento, com isso cresce o braço telejornalístico da Record e são lançados o “Jornal do REI”, com transmissão simultânea para o Rio de Janeiro e São Paulo e o “Jornal da Record”. Surge também o “Tempo de Notícias”, que se notabilizou por além de informar, também contar com a participação de diversos especialistas em diferentes áreas.

A cobertura esportiva também cresceu e, programas voltados para este gênero foram lançados, podendo destacar-se o “Cartão Vermelho”, que contava com a participação de cronistas especializados. Em 1977, Silvio Luiz estréia o programa “De Olho no Lance”, com os principais comentários das rodadas esportivas e já transmitido a cores.

A Record aproveitou para investir pesado nesta década e trouxe entre outros nomes: Raul Gil, Flávio Cavalcanti, Chacrinha e Silvio Santos. Silvio Santos, em 1977, tornou-se sócio da família Machado de Carvalho e passou a comandar a Record. Todavia, Sílvio planejava ter uma rede nacional de televisão, produzir uma programação completa e usar o canal para seus sorteios e promoções. O dono do SBT, mesmo após conseguir concessão para sua própria TV, ainda seguiu transmitindo

simultaneamente seu “Programa Silvio Santos” na Rede Record, especialmente com o intuito de alcançar o interior do estado de São Paulo, até o final da década de 80.

Na década de oitenta, a Record investiu menos em nomes para programação e novos quadros, priorizando a expansão da própria emissora, visando alcançar todo o estado de São Paulo e assim se firmar como uma transmissora de ponta do Brasil. As novidades ficaram por conta da reedição do “Almoço com as Estrelas”, que era apresentado pelo casal Ayrton e Lolita Rodrigues e que fez enorme sucesso, sempre levando grandes nomes da música e do teatro nacional. Estrearam nesta época, o infantil Bozo e o humorístico Dercy aos Domingos, com a comediantes Dercy Gonçalves.

Entretanto, um dos maiores lançamentos da Record foi o “Perdidos na Noite”, inicialmente produzido pela TV Gazeta e que serviu para mostrar ao telespectador um jovem apresentador, que depois faria muito sucesso na TV Globo: Fausto Silva. Em 1985, sob direção de Dante Matiusi, o jornalismo da Record ganhou ainda mais força e foi criado o “Jornal da Record”, comandado por Paulo Markun e Silvia Poppovic. Nesta década, ainda são contratados os jornalistas Carlos Nascimento e Osmar Santos.

2.2- A IURD e a Record

Em 1989 a Record foi vendida por Paulo Machado de Carvalho para os empresários Odenir Laprovita e Edir Macedo Bezerra, sendo controlada até hoje pelo último. Edir Macedo, fundador da Igreja Universal, já tinha em seus planos a compra de um canal de televisão, no qual pudesse difundir seu trabalho e atrair mais discípulos para seus templos. Em 1989, morando em Nova Iorque, o bispo soube que a empresa estava à venda e, decidiu que aquele era o momento de seguir com seu planejamento.

A Record, uma das empresas mais antigas do ramo midiático e conhecida como a televisão dos festivais, passava por sérios problemas financeiros e seguia a passos largos o mesmo rumo das extintas Excelsior, Continental, Tupi e Manchete. Silvio Santos e Paulo Machado de Carvalho, então donos da TV, estavam atolados em dívidas. A emissora que faturava em torno de 2,5 milhões de dólares por anos acumulava 20 milhões em dívidas a pagar. De acordo com o empresário Paulo Machado de Carvalho Filho, o Paulinho, a culpa em partes era de Sílvia Santos:

A Record estava indo bem, mas aí vieram aquelas loucuras do Silvio. Ele queria passar três vezes o mesmo filme em um dia. Silvio Santos é um extraordinário vendedor, um homem de grande intuição comercial e um péssimo diretor de programação. Você vê o SBT, aquilo é uma lástima. É extremamente inseguro. Você pode ser escravo do Ibope, mas não pode tirar um programa do ar depois de um dia. (LEMON & TAVOLARO, 2007: 121)

Entretanto, a compra não foi fácil de realizar, juntamente com Edir Macedo, gigantes apareceram interessados na compra da quase falida emissora, entre eles a gigante mexicana Televisa, o Grupo Abril e o Jornal do Brasil.

Como estava envolvido em alguns escândalos, o líder da Igreja Universal não se apresentou como interessado. Primeiramente mandou o desconhecido empresário Alberto Felipe Haddad e, logo depois, em seu lugar assumiu o pastor e ex-deputado federal Laprovita Vieira. Seu Vieira como era conhecido, faria o papel de comprador oficial da Record, de acordo com os planos de Edir Macedo.

Mesmo após ser escolhida como a melhor proposta, a venda definitiva ainda esbarrou em alguns detalhes financeiros, já que envolvia grandes somas de dinheiro. Numa dessas conversas sobre adiamentos de prazo, ao perceber que o negócio estava emperrando, Edir Macedo resolveu sair das sombras e se mostrar como o real comprador. Ao saber disto, Silvio Santos resolveu voltar atrás e não mais negociar sua parte na empresa, sendo necessário longas conversas com seus homens de confiança para finalmente bater o martelo e selar a venda da rede de televisão.

Porém, a compra definitiva não trouxe de imediato a calma para o Bispo, a dificuldade em pagar os compromissos e renegociar as dívidas que apareciam, fizeram com que ele se isolasse de tudo para se concentrar nas estratégias financeiras que realizaria, para começar a lucrar. Mesmo após o martelo batido, Edir Macedo ainda teve que renegociar os prazos com Silvio Santos e, uma vez mais, contou com a má-vontade do “Homem do Baú”.

Como o contrato ainda não estava totalmente assinado, o dinheiro para o pagamento dos credores estava bloqueado pela Justiça, fazendo com que os mesmos pensassem em pedir a falência da empresa, antes mesmo de mudar de dono.

As acusações que transcorriam anteriormente na Justiça contra Edir Macedo fizeram com que uma grande campanha fosse realizada com o intento de impedir a mudança de donos na Record. Até mesmo a família do Bispo se viu envolvida no meio de tantos problemas:

Estava para casar na época. Meu pai recebia ameaças constantes de que seria preso se continuasse com a compra da Record. Diziam que iriam pegá-lo na minha frente, no dia do meu casamento — conta Cristiane Cardoso, filha mais velha do bispo. (LE MOS & TAVOLARO, 2007: 128)

Quando a situação já aparentava não ter solução e, uma perda da Record já surgia como realidade, os ventos voltaram a soprar para o lado do bispo. O fracassado Plano Collor, pacote econômico criado com o objetivo de conter a hiperinflação do Brasil inclusive por meio de um confisco, realizado pelo governo federal nas contas bancárias de milhões de brasileiros, também incluía medidas cambiais. Nesse sentido foi realizada uma valorização da moeda nacional perante o dólar e, como as dívidas de Edir Macedo eram em sua maioria cotadas na moeda norte-americana, o que outrora foi um pesadelo, se transformou em um sonho, como um passe de mágica, ou no caso dele, um milagre. Quitando facilmente suas dívidas, as vezes mais de uma por mês, Edir Macedo conseguiu sair do vermelho antes de 1992:

- Fui salvo pelo gongo. O Plano Collor só ajudou a mim no Brasil inteiro, mais ninguém. Sorte? Acaso? Coincidência? Cada um acredite no que quiser. Eu tenho certeza de que foi Deus — afirma Edir.” (LE MOS & TAVOLARO, 2007: 129)

Mesmo após findado os problemas financeiros, outros novos obstáculos estavam por surgir, afinal a operação feita por Edir Macedo, movimentava uma das TVs mais antigas do país e que passaria para as mãos de um líder religioso bastante controverso e com algumas acusações e pedidos de prisão nos ombros.

De acordo com o livro “O Bispo-A história revelada de Edir Macedo”, inicialmente Edir Macedo gerenciou a emissora pessoalmente e percebia um tom ressabiado em seus funcionários, que não sabiam exatamente como lidar com ele. Nem mesmo o próprio Bispo sabia como lidar com a emissora, entre suas opções de gerenciamento, estava a de transformar a programação da Record em uma igreja eletrônica, fato comum nos Estados Unidos, ou assumir um viés comercial.

O motivo do pé atrás dos funcionários, em especial dos jornalistas, fazia sentido já que a concessão liberada pelo Congresso para legalizar a compra ainda não havia sido feita. O resto da imprensa também não colaborava muito para o sucesso da nova empreitada, matérias saiam em quase todos os veículos, se mostrando sempre contrários e ironizando a capacidade do Bispo de gerir uma emissora do porte da Record.

Como estava ficando sem tempo para gerenciar também a Igreja Universal, Edir Macedo colocou Honorilton Gonçalves, bispo de sua confiança, no comando da emissora, onde permanece até hoje.

— O bispo Macedo sempre me ajudou a tocar a Record. Embora não esteja presente no dia-a-dia, tomamos as grandes decisões juntos - diz Gonçalves. - Ele conhece bem televisão. Sempre acaba surpreendendo por suas opiniões certas.” (LEMON & TAVOLARO, 2007: 134)

Entre as primeiras tarefas de Honorilton e, uma das principais, estava conseguir fazer andar a tramitação do processo pela transferência de concessão da emissora, o documento estava parado na Secretaria de Comunicações, esperando o aval do presidente Fernando Collor de Mello. A desconfiança era tanta, que a Polícia Federal e a Polícia Fazendária de São Paulo, pediram, juntas, todos os documentos do processo, incluindo a origem do capital.

Os principais interessados à época no indeferimento do pedido de concessão eram os outros grupos midiáticos, que não queriam uma nova emissora para rivalizar e se utilizavam da imagem polêmica de Edir Macedo para justificar tais desejos, sem entretanto, nunca formalizarem um pedido.

A presença pentecostal na mídia tem causado preocupações tanto a concorrentes do campo religioso quanto aos de fora dele, especialmente entre os veículos “seculares”. Entre outros, podem ser citados os pertencentes a família Marinho, Rede Globo; a Señor Abravanel (Silvio Santos) com a sua TVS, sem contar o grupo Civita (da Abril), o Grupo Mesquita (Estado de S. Paulo), a família Frias (Folha de S. Paulo) e tantos outros que possuem uma grande presença no controle da mídia no país. No Brasil, desde a proclamação da República (1889), triunfou o ideal de se separar a esfera pública da privada. À religião foi atribuída uma participação fora da esfera pública. Na esfera pública foi colocada a política e, mais tarde, os meios de comunicação de massa. Por isso religião, política e mídia são entendidas como coisas à parte, que não devem se misturar. (FONSECA, 2008: 13)

Alguns empresários com interesses escusos, mas com livre trânsito em Brasília, se ofereceram para ajudar a apressar a liberação da concessão, todos, obviamente, com o intuito de conseguir em futuro próximo, a TV Record para si e tirar de Edir Macedo. O Bispo, entretanto, conseguiu passar por mais esses obstáculos, em busca da oficialização da emissora em seu nome. (LEMON & TAVOLARO, 2007: 136)

A concessão sairia, apenas quando Collor estava prestes a sofrer impeachment, e ainda renovou a outorga da Record por mais quinze anos. De acordo com o líder da Universal, os ataques da opinião pública teriam ajudado na decisão do ex-presidente:

— Foi seu último ato na Presidência. Naquele dia, ele se disse indignado com a Igreja Católica e a mídia, que, de uma hora para outra, deixaram de apoiá-lo - conta o bispo.” (LEMOS & TAVOLARO, 2007: 142)

Liberada a concessão, Edir Macedo voltou a se perguntar sobre que rumo dar a sua emissora. Deveria propagar apenas as mensagens da Igreja Universal, transformando sua nova empresa em uma voz voltada para seus fiéis, ou fazer uma TV com características comerciais? A discussão dividiu os bispos e conselheiros de Edir Macedo, com parte defendendo uma postura empresarial e a outra, defendendo uma postura religiosa.

- Nós assumimos esse desafio. Decidimos fazer algo que mostrasse às pessoas que o cristão não é fanático, mas que ele pensa, é inteligente e também faz parte da sociedade - afirma Paulo Roberto Guimarães, um dos pregadores mais antigos da Universal. — Na época, fomos criticados por certos grupos evangélicos. (LEMOS & TAVOLARO, 2007: 145)

Mas a estratégia de Edir Macedo se mostrou depois, acertada. A emissora lançou na década de 90, nomes que se consagraram e fazem sucesso até hoje na televisão, seja na Record ou em outra emissora, além de inaugurar novos espaços para o telejornalismo. Ana Maria Braga, apareceu em 1993 e levou preciosos pontos no ibope, comandando o “Note e Anote”, voltado, principalmente, para as donas de casa.

Em 1995, lançou o “Cidade Alerta”, apostando em um jornalismo popular e que se mantém até hoje como um dos líderes de audiência no horário. Um ano depois ainda participaria da cobertura dos Jogos Olímpicos de Atlanta, já demonstrando interesse em atingir o público interessado em esportes. Em 1997, um expoente do jornalismo chegava a casa, para dar ainda mais credibilidade, tratava-se de Boris Casoy. No mesmo ano Carlos Massa, chegou à emissora e através de seu personagem “Ratinho”, aderiu um novo meio de se fazer televisão.

No século XXI ainda traria nomes como Paulo Henrique Amorim, para o jornalismo e o humorista Tom Cavalcante, Wagner Montes, que hoje em dia é um dos apresentadores com maior audiência da televisão brasileira, além de Milton Neves para comandar um programa esportivo. Em 2005, ainda ocorre a inauguração do RecNov, o complexo de teledramaturgia da Record, com recursos e tecnologia de ponta.

Já se consolidando isoladamente no segundo posto da preferência nacional, a emissora dá uma de suas maiores cartadas, ao confirmar em 2007, a aquisição dos

direitos dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2010 em Vancouver, no Canadá e, os Jogos Olímpicos de Londres, em 2012.

Quando se compara os números que representavam a Record no ano de 1989, ano em que foi adquirida por Edir Macedo e o levantamento feito pelo livro "O Bispo- A história revelada de Edir Macedo" de Christina Lemos e Douglas Tavolaro e que considera os números de 2007, pode-se notar um aumento absurdo em todos os setores da emissora e, uma aposta que deu certo.

Em 1989, a Record tinha um prédio pequeno de 8 mil metros quadrados. Pouco mais de setecentos funcionários produziam vinte horas de conteúdo nacional. Era uma das últimas emissoras no *ranking* da audiência no Brasil. Valia 45 milhões de dólares, o preço pago por Edir Macedo. Hoje, em maio de 2007, o complexo de produção da Record tem 48 mil metros quadrados apenas em São Paulo. No Rio, no RecNov, área exclusiva de teledramaturgia, mais 31 mil metros construídos em um terreno de 200 mil metros quadrados. Seis mil funcionários em todo o país produzem 85 horas de conteúdo nacional. A cobertura em 98% do país é feita por 99 emissoras, entre próprias e afiliadas. O sinal internacional chega a 125 países de quatro continentes. É a segunda televisão mais assistida do Brasil. E, segundo analistas de mercado, vale atualmente 2 bilhões de dólares. (LEMOS & TAVOLARO, 2007: 130-131)

3. Mídia e Religião

Não há como negar, que o crescimento da Rede Record, sofreu e vem sofrendo, participação direta dos fiéis da Igreja Universal. Obviamente, em seu todo, a audiência não é composta somente pelos freqüentadores da religião neopentecostal, mas os mesmos auxiliaram de diversas maneiras, a popularização da emissora. A ligação entre comunicação e religião, não é algo novo, já que pra se propagar uma idéia, ou um credo, deve-se disseminar os ensinamentos e, quanto mais se conseguem atingir, melhor foi o meio utilizado para este fim.

A expansão do pentecostalismo na América Latina e no Brasil realizou-se paralelamente ao desenvolvimento do capitalismo e da televisão. Até os anos 60, os pentecostais ainda se mantinham afastados da televisão. Os primeiros programas religiosos tiveram bastante dificuldades, tais como: falta de recursos financeiros e falta de experiência com a linguagem televisiva.(RIBEIRO: 2001, 281)

E, sem dúvida, tendo este pensamento, em 1989, Edir Macedo comprou a Rede Record e passou a utilizar do canal, para aumentar seu número de fiéis e posicionar, definitivamente a Igreja Universal, como uma representante significativa das religiões neopentecostais e fazer com que a mesma passasse a ser respeitada e conhecida por todos. Hoje a IURD possui não apenas um alcance nacional, mas também internacional, atingindo mais de 80 países e, em parte se deve a utilização da mídia como voz de suas pregações.

Desde o surgimento da Igreja Universal, Edir Macedo já sabia da importância da utilização dos principais meios eletrônicos, como canal de contato com os fiéis. Ainda no final dos anos 70, a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) foi fundada em primeiro de novembro de 1977, o Bispo se utilizou de horários alugados em rádios para conseguir aumentar seus seguidores e ajudar no implante de novos templos por todo o estado, inicialmente o único lugar de encontro era uma sala, no bairro de Abolição, Rio de Janeiro.

3.1-A Igreja Eletrônica

A idéia de uma exposição explícita de cultos religiosos, em programas televisivos, cujo intuito não era comercial do ponto de vista da busca por pontos no Ibope e, sim a propagação de uma religião, começou a ser mais difundida entre as décadas de 70 e 80, principalmente nos Estados Unidos, para possibilitar e consolidar o crescimento das congregações e movimentos evangélicos.

O primeiro homem a utilizar a TV em um programa religioso foi o pastor Billy Graham. Percebendo que seus sermões empolgavam as massas, o pastor começou a utilizar a televisão como uma extensão dos cultos, inaugurando assim aquilo que mais tarde seria denominado de Igreja Eletrônica.(PINTO & RIBEIRO, 2007: 3)

Hugo Assmann, teólogo e cientista social, tenta explicar em seu livro “A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina”, este novo método utilizado pelas religiões para atrair um número cada vez maior de fiéis. Assmann se utilizou do termo “Igreja Eletrônica” para explicar essa veiculação de programas religiosos pelos principais meios de comunicação social eletrônicos, o rádio e a TV, mas outros termos também podem ser utilizados, quando se fala de tal associação como: Religião Comercial, Marketing da Fé, Messianismo Eletrônico e Assembléia Eletrônica, cada um destes com suas particularidades, para tal pode-se, utilizando a definição do próprio Assmann, ver a seguir:

Igreja Eletrônica: nomenclatura com maior uso para refletir mais a espetacularidade da televisão, incluindo também o grande uso do rádio. Algumas críticas à precariedade do termo indicam que ele pouco reflete o aspecto comercial fortemente presente neste processo. As críticas indicam também ao uso pouco apropriado da palavra “igreja” no termo, pois, na prática, não haveria uma presença de “igreja” na programação e, sim, de líderes religiosos e seus seguidores.

Religião Comercial: termo que enfatiza a predominância do aspecto comercial e de estratégias mercadológicas na veiculação dos programas religiosos na mídia.

Marketing da Fé: conceito crítico que procura indicar como os programas religiosos na mídia se pautam pelo modelo publicitário. A mercadoria “salvação” é apresentada numa sequência publicitária: clima de sugestão – identificação de uma necessidade não suprida – apresentação da resposta – ato de compra.

Messianismo Eletrônico: termo criado em função da crítica ao inapropriado uso da palavra “igreja” relacionada ao fenômeno da presença religiosa nos meios. É usado o termo “messianismo” (aqui de forma indevida, segundo Hugo Assmann) como sinônimo de

promessas espetaculares de curas, milagres e salvação, diferente do sentido bíblico e sociológico que o relaciona a lutas históricas.

Assembléia Eletrônica: mais utilizado no meio católico-romano, é um conceito que procura explicar a possibilidade que os meios de comunicação possuem de reunir, a distância, uma comunidade de fé por meio, em especial, da transmissão de celebrações litúrgicas. (ASSMAN, 1986: 114)

Inicialmente as congregações que seguiam o modelo de Igreja Eletrônica em seus programas, sobreviviam através de doações financeiras de seus fiéis, feitas através de telefonemas. Com o passar do tempo e utilizando também ações de marketing, percebeu-se que a venda de produtos, como livros e fitas também rendiam bons lucros, passando então a contribuir para uma boa parte da arrecadação.

Em seu livro, Assmann utilizou exemplos dos principais televangelistas americanos das décadas de 70 e 80, para analisar esta nova forma de propagação da fé. Apesar de se focarem em diferentes tipos de pregação, a receita seguia uma linha não muito tortuosa, basicamente os programas seguiam o roteiro da salvação-milagres-coleta.

A denominação de tipo americano já foi definida como uma Igreja que teve de aprender a conviver com a presença permanente – e com a competição – de outras igrejas dentro de seu próprio território (...) diferentes grupos religiosos, todos com o mesmo status legal, competem uns com os outros (...) a tradição religiosa, que antigamente podia ser imposta pela autoridade, agora tem de ser colocada no mercado. Ela tem que ser ‘vendida’ para uma clientela que não está mais obrigada a ‘comprar’ (...). (BERGER:1985, 148,149)

Alguns utilizavam do espetáculo para atrair mais a atenção cantando e gravando discos, outros apostavam mais no poder da retórica para o convencimento através de longas pregações, havia também os mais radicais, que passavam algum tempo criticando as religiões cristãs e apontando seus erros. Estes programas fizeram tamanho sucesso na América do Norte, que começaram a se expandir e chegar ao mercado latino americano, através da compra em horários da TV e, se utilizando de dublagem.

Foi nesse cenário, em especial no Brasil pós anos 80, que os pentecostais começaram a aparecer mais na mídia. Entretanto, diferentemente do que ocorreu nos EUA, as primeiras aventuras de grupos evangélicos brasileiros nos meios de comunicação se deram através das rádios, com compras de horários nas programações, ou até mesmo a compra de uma estação inteira, somente depois a inserção na televisão

começou a ocorrer, inicialmente de uma maneira mais tímida, com a aquisição de horários mortos na televisão, como a madrugada. Com o passar dos tempos algumas TVs tiveram partes de seus horários nobres comprados por segmentos religiosos, até culminar nos dias de hoje onde se pode ver uma emissora do porte da Record, sendo presidida por uma religião neo-pentecostal:

Havia evangélicos proprietários de emissoras AM que as transformavam em rádios religiosas de tempo integral. As primeiras foram: Rádio Copacabana (desde os anos de 1950), Rádio Boas Novas e Rádio Relógio, no Rio de Janeiro. Outras tinham programação quase que totalmente evangélica: Rádio Tupi e Rádio Mulher, Rádio Clube de Santo André, ABC e Gazeta, em São Paulo. O mesmo dava-se em outras metrópoles brasileiras. (CUNHA, 2002: 6)

Na televisão um dos primeiros televangelistas foi Nilson Amaral Fanini, pastor batista que fez sucesso no início dos anos 70, com o programa “Reencontro” e que era veiculado pela TV Educativa, no Rio de Janeiro, e retransmitido para todo o Brasil por rádio. Fanini ainda chegou a ter seu programa exposto fora do país, no Paraguai, na África do Sul e em Miami, nos Estados Unidos.

Por ter contato com o alto escalão do governo militar, Fanini chegou a conseguir a concessão de um canal de televisão, entretanto, seu projeto não conseguiu decolar e, a TVEbenezer, não saiu do papel. R.R. Soares, no ar desde os anos 70, também representa uma importante figura, quando se fala em Igreja Eletrônica, o pastor líder da Igreja Internacional da Graça de Deus, é o evangélico que está há mais tempo na programação nacional. Apesar de não possuir um canal próprio, tem seu conteúdo programático, atualmente na CNT, Rede TV e TV Gazeta, com horários comprados. Ele segue um modelo clássico de culto, sempre aparecendo em trajes formais e fazendo milagres e orações durante suas aparições, dando espaço para depoimentos de fiéis que se dizem salvos, graças às preces do pastor.

Ao final dos anos 80, o televangelismo começa a cair em desgraça nos Estados Unidos, com a aparição de escândalos envolvendo seus líderes religiosos, como sonegação de impostos e mau uso do dinheiro doado pelos fiéis. Em contrapartida, no Brasil, o movimento evangélico ganha mais força e adeptos, entretanto, se opõe ao pentecostalismo clássico e surgem, uma série de novas religiões autônomas, se organizando em torno de líderes.

Enquanto o clássico é institucionalizado, baseado em um corpo de doutrinas calcadas no batismo do Espírito Santo, na busca de santificação e na ética restritiva de costumes, o autônomo se baseia nas propostas de cura, de exorcismo e de prosperidade sem enfatizar a necessidade de restrições de cunho moral e cultural para se alcançar a bênção divina. (CUNHA, 2002: 8)

Sem dúvida, a igreja que melhor representou este movimento neopentecostal, foi a Igreja Universal do Reino de Deus, que cresceu rapidamente em número de seguidores e de propriedades, culminando com a compra de canais de TV UHF e VHF, imprensa especializada e rádios.

Os neopentecostais dão um novo significado para a Igreja Eletrônica se tornando, em sua maioria, menos engessados e menos radicais para atingir um público maior. Também começa a haver um movimento, pela representação dos evangélicos em caráter nacional, fazendo assim com que a campanha pela eleição, em diversos cargos públicos, de pessoas ligadas às religiões neopentecostais fosse maior e, conseqüentemente, aumentou-se a “Bancada Evangélica” no Congresso Nacional. As perseguições as atividades controversas de Edir Macedo, assim como uma série de escândalos eclodindo diariamente nos jornais seculares do Brasil, se por um lado difamaram a Igreja Universal e outras entidades neopentecostais, serviram também para fazer mostrar o tamanho e a importância que as mesmas estavam alcançando.

O que teria levado os evangélicos a assumirem tantas responsabilidades e riscos financeiros ao adquirirem seus próprios veículos de comunicação? Uma das respostas talvez esteja ligada ao apetite missionário que sempre fez das igrejas protestantes instituições e movimentos voltados para fora, à busca de expansão contínua. É possível também que os dirigentes dessas igrejas tenham percebido que para dar vãos maiores no campo religioso, no final do século XX e início do século XXI, em sociedade com forte presença do individualismo e da competição entre grupos, seria fundamental uma combinação entre religião e mídia eletrônica. (CAMPOS: 2008, 23)

O surgimento e crescimento das religiões neopentecostais, fez com que as demais religiões evangélicas clássicas, após um primeiro momento de perplexidade, se movimentassem para não perderem fiéis. Apostas em renovações carismáticas, começam a ser vistas nas igrejas tradicionais, mostrando similaridades com as propostas e posturas das religiões pentecostais e, conseqüentemente, aumentando seu número de fiéis.

3.2-O televangelismo na Record

Apesar de ter características claras da Igreja Eletrônica, proposta por Hugo Assmann, não se pode falar que a Record, seja totalmente voltada em sua programação para a evangelização e propagação de seus ideais. A programação religiosa, não ocupa um espaço de destaque na grade da emissora e, sim, um horário “morto”, onde geralmente as outras TVs abertas saem do ar. Ao longo da semana, não se notam características muito diferentes de uma TV que fosse ligada a representantes de outras religiões. A forma como expressa suas principais idéias, vem de forma indireta, como explica Eduardo Refkalefsky em seu trabalho “Estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, e dos Televangelistas nos EUA: um estudo comparado”

Podemos inferir que o objetivo da Record, para a IURD, é oferecer uma programação “profana” (não religiosa) que influencie indiretamente o público através da cultura e informação, sem fazer proselitismo sobre a Universal. Está subjacente a idéia de que por trás da cultura e informação veiculadas nas outras emissoras, em especial a Rede Globo, um conjunto de valores que acaba prejudicando a aceitação da Doutrina da IURD na sociedade brasileira. Mal comparando, seria uma espécie de “revolução cultural”, como a defendida pelo maoísmo.(REFKALEFSKY, 2005: 8)

Uma das práticas globais, a serem combatidas, foi a presença constante, de imagens ligadas a católicos ou religiões afro-brasileiras. A produções da Globo, não envolviam pastores, somente de forma mais crítica, como no caso de um personagem de Chico Anysio ainda nos anos 80, depois disso, toda a ligação com a Igreja Universal e seus movimentos, apenas apareciam em noticiários dos jornais, mostrando alguma prisão, ou acusação de desvio de dinheiro envolvendo os principais líderes religiosos evangélicos. Nem mesmo os grandes mutirões que reuniam centenas de milhares de pessoa ganhavam destaque na mídia liderada pela Rede Globo. Já quando se tratava de padres, ou bispos da Igreja Católica a condução se dava de maneira diferente e, os mesmos tinham voz ativa. Nas religiões afro-brasileiras ocorria e, ocorre a mesma coisa. Não é raro de se ver retratado personagens como pais-de-santo em novelas e programas humorísticos da líder de audiência. A Record então vem, como forma de dar voz e corpo a este movimento que já crescia e começava a assustar as demais religiões clássicas.

É importante ressaltar, que a emissora de Edir Macedo, não faz uma crítica direta a religião católica, sua grande oponente e vista como algo a ser exterminado, são

as religiões afro-brasileiras, como a umbanda e o candomblé. Dificilmente bandas ou cantores que façam menção a temáticas ligadas ao espiritismo em geral, tem vez na Record. Tal prática não é exclusiva da emissora, também podendo ser facilmente vista na rival Globo:

A cooptação não é nenhuma novidade, na medida em que muitos cantores evangélicos se abstêm de falar em religião quando se apresentam na Globo. Do ponto de vista mercadológico, as emissoras evitam tomar partido por alguma religião, pois a reação imediata é a rejeição e perda de parte significativa da audiência — só na Grande São Paulo, um ponto no Ibope representa 50 mil lares, ou 200 mil pessoas. Para evitar a rejeição, ser discreto é a melhor saída. (REFKALEFSKY, 2005: 9)

Como mostrado no início deste trabalho, a forma como seria realizada a grade de programação da Rede Record gerou desavenças entre seus criadores. Enquanto alguns apostavam em uma programação totalmente voltada para os evangélicos e que se focasse na propagação de suas crenças, outros acreditavam na necessidade de se fazer algo mais aberto, pois assim poderiam, ao invés de afastar, aproximar novos fiéis em potencial e, com uma visão mais mercadológica e visando ao lucro, para que pudesse disputar preciosos pontos no Ibope e assim chegar a uma liderança, até então dominada pela Rede Globo.

E a escolha pelo segundo modelo ao invés do primeiro, apesar de ter encontrado a indignação de alguns, se mostrou a mais certa e, embasada nas próprias diretrizes da religião, pois ao contrário da Igreja Católica, o lucro é bem visto e além, disso algo desejado por Deus, é a Teologia da Prosperidade.

Nesta teologia, criada por pastores norte-americanos, o homem em comunhão com Deus, obterá sucesso terreno, terá fartura, ou seja, não precisamos nos sacrificar e viver uma vida voltada apenas para o lado espiritual. Devemos sim, tentar obter o máximo, chegar ao primeiro posto, lucrar e gozar destes lucros, ainda na Terra. E por ter essa característica, inovadora até então, e falada sem meias-palavras, o sucesso da IURD pôde ser visto de maneira tão rápida. Ao pregar, que através da oração e da doação de dízimos chegaremos ao paraíso, mas um paraíso ainda terreno e de lucros, diversos fieis se sentiram atraídos e começaram a freqüentar os cultos.

Podemos concluir, neste rápido apanhado, as principais características da IURD: a) o objetivo não é esperar a salvação em um vida futura, mas resolver problemas *aqui e agora*, indicados pela prosperidade; b) da mesma forma, a expulsão do “mal” de dentro das pessoas é o caminho necessário para esta prosperidade; c) há uma mensagem bastante otimista, na medida em que o mal é exterior ao homem

(demônio, encosto), não inerente a ele (pecado); d) a relação do *do ut des* tem grande ligação com a religiosidade brasileira, na medida em que são comuns oferendas às divindades, como no caso dos *ebós* (comidas e outros oferendas destinadas às divindades, na tradição afro-brasileira). O que o bispo Macedo fez foi apenas alterar o “padrão monetário”, trocando as comidas por dinheiro em espécie, através do dízimo. (REFKALEFSKY, 2005: 7)

Prova maior desta posição de empresa, que visa fins lucrativos e não apenas organizações de caridades, podem ser vistos no tamanho das aquisições da Rede Record. Utilizando táticas semelhantes à da Rede Globo, que visa asfixiar e tomar conta de todos os mercados, a emissora de Edir Macedo não se focou apenas na compra da Record. Um canal UHF também foi montado, a TV Família, antiga TV Mulher, pois o alcance da UHF é nacional e chega a localidades que não recebem sinal VHF, além de rivalizar e tomar espaços que anteriormente pertenciam a Rede Vida, da Igreja Católica e a Rede Gospel, da Igreja Apostólica Renascer em Cristo. Além disso, a IURD lançou o site Arca Universal, que possui uma webtv com conteúdo 24 horas por dia, além de possuir mais de 30 rádios e um jornal, a Folha Universal.

É curioso que, num regime capitalista de livre mercado, todos, menos a religião, podem colocar à venda os seus produtos simbólicos ou não. Edir Macedo, da IURD, tem insistido nesse ponto, embora ele mesmo, para levar a sua rede de televisão – a Record – à sobrevivência e não depender do caixa da IURD, acabou por manter a separação entre “rede de emissoras laicas” (a Record e a Record News) e “rede de emissoras religiosas” (a Rede Família). Ocasionalmente compra espaço em redes laicas, como o faz atualmente com a TV Gazeta. (CAMPOS: 2008, 14)

Porém, apesar de não se fechar completamente em torno da religião, Edir Macedo, não se esquece da importância em pregar e assim, agradar o público mais fiel e radical, que exige um conteúdo voltado exclusivamente para os neopentecostais. Apesar do horário da madrugada ser pouco visto, ou pouco disputado em um sentido mercadológico, ele possui uma importância fundamental na evangelização, pois segue a lógica de que neste horário, os fieis não teriam como se dirigir aos centros, onde devem estar pelo período da manhã, tarde ou noite, logo a religião e a continuação da pregação se dá na casa, ou seja, o processo de assistência espiritual se dá através de programas noturnos e ao vivo, para que o fiel nunca se sinta separado, ou desamparado da Igreja. Este tipo de estratégia, de conectar 24 horas por dia o fiel com a IURD, se mostrou de muito sucesso e fez, com que as outras religiões, em especial a católica, tivessem que correr atrás e tentar se modernizar para não perder um grande número de seguidores.

Não há intenção de restringir a relação dos fiéis com a igreja com a mediação da TV ou de qualquer meio de comunicação. Nos Estados Unidos, há muitas igrejas que se concentram nesta relação. Apresentam a programação na TV e têm meios de arrecadação que superam, em muito, o que é arrecadado nos templos. (REFKALEFSKY, 2005: 13)

Outra característica que difere os programas religiosos da IURD, dos demais é que em nenhum momento se vê um pedido explícito de dinheiro no ar, não existem telefonemas para doações, nem venda de produtos milagrosos, todos estes pedidos são feitos diretamente no templo, em lugares com a presença do público. O que ocorre aí é uma chamada para os cultos a serem realizados. A idéia de não se falar em valores, se mostra hábil a partir do momento que o fiel, ou aquele que está para ser fidelizado, se sente realmente chamado e tratado como um diferente, não apenas como um material a ser explorado, o que poderia causar um movimento de repulsa em quem assiste.

Ao assistir tais programas, se tem uma idéia de real preocupação e interesse do bispo-apresentador pelos problemas de seu povo, aparenta querer resolver e não apenas angariar com ele, tal ligação cura-dízimo, só é feita já no templo, com o fiel já mais propenso a se entregar e aceitar ter que fazer doações, em troca de alguém que o ajudou em um momento de desamparo e desespero.

A estratégia de chamar as pessoas aos templos traz bons resultados. O mais óbvio é o comparecimento. De acordo com a revista *Época*, citando uma pesquisa do ISER (Instituto Superior de Estudos de Religião), 80% dos fiéis que vão à Universal o fizeram depois de assistirem aos programas na TV (MANSUR & VICÁRIA: 2003, 56). Mesmo sem uma referência formal à pesquisa, o número apresentado é condizente com a realidade do crescimento da IURD. A segunda vantagem deste objetivo é reduzir a rejeição do público em geral. Falar em dinheiro na TV soa como oportunismo, e a discrição da Universal é um ponto favorável a ela. (REFKALEFSKY, 2005: 14)

Outro motivo, para falar mais amenamente nestes programas religiosos, de acordo com Eduardo Refkalefsky, é que nos templos, lugares fechados, pode-se atacar mais diretamente a Umbanda e outras religiões, sem que os pastores tenham a preocupação com medidas judiciais que poderiam ser executadas, caso fossem falados em TV e poderiam ser interpretados pela população que pode vir a ser um fiel em potencial, como algo negativo e preconceituoso, afastando-o ao invés de atraí-lo.

Pode-se então concluir que usar um veículo como a televisão para difundir uma ideologia é extremamente positivo, já que acaba por facilitar o contato entre o emissor e o receptor, em tempo e espaço e sem a necessidade de se ter um horário definido, e este discurso era ouvido por milhares de pessoas, em diferentes lugares.

4- Guerra de audiências: A consolidação do segundo lugar²

Desde sua inauguração em 1965, a Rede Globo já mostrava o potencial para ser líder de audiência, o que não demorou a ocorrer e, ao longo de mais de quatro décadas, se manteve no posto mais alto, sem nunca ter sido ameaçada diretamente. Mesmo que perdesse em determinados horários ou fosse fracassada em apostas de novos programas, em geral, a emissora da família Marinho, segue intocável no primeiro posto e na preferência do público.

A importância primordial pela liderança do ibope é simples, quanto mais pessoas assistindo a uma determinada emissora, maior será o poder de exposição e convencimento da mesma e, fatalmente maior atrativo terá para os anunciantes, que formam uma das principais fontes de receita das mesmas. Quanto maior for a fatia do público atingido, maior é o mercado consumidor, pois o anunciante tem a garantia que um número x de pessoas estará assistindo seus produtos durante inserções comerciais na grade da emissora. Obviamente, cada horário ataca o consumidor com produtos que os interessem, por exemplo, no horário matinal é comumente encontrado um número grande de propagandas voltadas em sua maioria para o público feminino ou infantil. Um programa com alto custo financeiro e que não dê um retorno desejável de audiência é tido como fracassado e, a menos que sofra uma repaginação e comece a dar retorno, tem a tendência a sair do ar, já que começa a sofrer ameaça dos investidores de retirar o que ali foi depositado.

Com essa consolidação, dita acima, pela rede Globo, até meados dos anos 2000, as demais emissoras se satisfaziam em beliscar a liderança por frações de minutos, ou programas esporádicos, chegando a comemorar, as vezes ao vivo, a passagem para o primeiro lugar na preferência nacional. Com essa estratégia, a disputa se dava de forma acirrada pelo segundo posto na preferência nacional, o que já devia ser comemorado, visto que atingir o patamar Globo de qualidade era algo inimaginável.

Sílvia Santos, começou sua empreitada na televisão em 1961, com a compra de duas horas de programação na TV Paulista, pertencente a Rede Globo e exibindo o Programa Sílvia Santos ao vivo, o sucesso foi crescendo e o programa chegou a ter duração de oito horas. Em 1975, o general Ernesto Geisel outorgou a Sílvia Santos o

² - Todos os dados a respeito da história do SBT, foram retirados a partir do site: <http://www.sbt.com.br>

canal 11 do Rio de Janeiro, a TV Studios (TVS) e em 1980, consegue a concessão de quatro canais após o fechamento da TV Tupi, terminando por criar em 1981, o SBT, Sistema Brasileiro de Televisão. Inicialmente, a grade horária era formada por programas de auditórios, com os formatos copiados dos Estados Unidos. O SBT ainda aproveitou em seu quadro de funcionários inicialmente muitos artistas e programas vindos da TV Tupi, tanto por questões contratuais como por já poder começar uma TV com programas já estruturados, o que permitiria passar uma maior credibilidade ao público.

Desde seu início, o objetivo do SBT era conquistar o telespectador de baixa renda, e começou a apostar em programas popularescos, fizeram parte da casa logo em seu início e com grande sucesso, nomes que até hoje fazem parte da televisão brasileira como Gugu Liberato e Raul Gil, além do próprio Silvio Santos. Apostas infantis como o Bozo, também davam um bom retorno além de telenovelas compradas de fora. Ainda no fim da década de 80, o SBT participou das transmissões da Copa do Mundo de 1986 e das Olimpíadas de 1988. Com tantas novidades e uma programação diversificada, o SBT não demorou a se consolidar como a segunda TV na preferência nacional, até como modo de se posicionar como uma das emissoras preferidas, a TV de Sílvia Santos lançou o slogan “Líder absoluto da vice-liderança”. Ainda na década de 80, mostrando seu caráter globalizante, o SBT comprou os direitos de transmissão de Chaves e Chapolin, séries mexicanas voltadas para o público juvenil, o sucesso foi tamanho que até hoje representa um dos maiores ídolos da emissora e é visto por pessoas de quase todas as faixas etárias.

Já se mostrando um homem com estratégias, Silvio Santos, começou a buscar a liderança em horários que não batassem com os carros-chefes da Globo, como as transmissões de novelas e dos jogos de futebol. Como exemplo em 1985, O “Homem do Baú”, botava a minissérie australiana Pássaros Feridos para começar apenas após o término dos capítulos da novela Roque Santeiro, chegando a anunciar isso durante sua programação, como resultado, ele conseguiu liderar a audiência deste horário.

Mas apesar de conseguir bons números e algumas lideranças, a emissora começou a perceber que tinha também que se alavancar economicamente, pois mesmo atraindo o público, não estava atraindo os investidores, que se mostravam desinteressados com a programação do canal, voltada para as classes mais baixas. Como resposta, o SBT resolveu sofisticar sua programação e, o que antes era visto como algo bom e até usado como forma de propagar o nome do canal, começou a ser rejeitado.

Silvio Santos não queria mais ser rotulado como o dono de uma TV “brega”. Começam a ser feitos mais programas infantis, para atrair um dos maiores mercados consumidores e de mais fácil manipulação, surgem neste período, final da década de 80, nomes como Mara Maravilha. O investimento em grandes artistas, para tentar rivalizar com a Globo e começar a ser levado mais a sério, passa a ser o mote da TV. Jô Soares, comediante então na Globo, chegou e foi responsável pela participação na criação de dois programas que alavancaram a audiência e trouxeram novos patrocinadores: o humorístico “Veja o Gordo”, similar ao “Viva o Gordo” da Globo e o talk-show “Jô Soares Onze e meia”, programa este que segue fazendo sucesso até hoje, só que com Jô já de volta a emissora líder de audiência.

Seguindo o projeto de redefinir as bases do SBT e fazê-lo mais voltado para um público-alvo de maior poder econômico, Silvio Santos resolveu apostar no telejornalismo e trouxe Boris Casoy para apresentar o “TJ Brasil” e disseminar o conceito de âncora no país, além de Carlos Alberto de Nóbrega para comandar o humorístico “A Praça é Nossa”. Sílvio ainda barraria a ida de Gugu Liberato para a Globo. Em 1990, participou de mais uma cobertura de Copa do Mundo, desta vez na Itália.

Após esta série de reformulações o SBT decolou e viveu sua fase dourada entre os anos de 1990 e 2001. Entre os destaques neste período estão o surgimento de Serginho Groisman, então na TV Cultura, que lançou o Programa Livre e fez enorme sucesso. Lançou também a apresentadora Eliana, que passou a ser uma espécie de Xuxa do canal.

A primeira queda do SBT se deu ainda em 1991, e foi por motivos naturais. Após um forte alagamento, as estruturas teatrais e técnicas ficaram abaladas, fazendo com que a emissora tivesse que sair por um tempo do ar. Câmeras, cenários e todo o acervo filmotécnico do SBT foi levado pela enchente, calculou-se um prejuízo de quase 700 milhões de cruzeiros. Mesmo assim, um ano depois a emissora transmitiu as Olimpíadas de 1992, em Barcelona. Em 93, surge o “Domingo Legal”, programa capitaneado por Gugu Liberato e que tinha o intuito de tomar pontos inicialmente, até finalmente desbancar o todo poderoso “Faustão” comandado por Fausto Silva na Rede Globo. O programa do SBT, anos depois passaria a ser líder de audiência causando derrotas seguidas no domingo para a “Vênus Platinada”. Ainda apostando em esportes, mostrou também as eliminatórias para a Copa do Mundo de 1994. Neste ano ainda contratou Angélica, que com a saída de Mara Maravilha em 94, passou a ser a estrela

dos programas infantis, onde fez enorme sucesso e ficou até 1996, quando foi para a Rede Globo. A emissora da família Marinho, sempre teve em sua estratégia de manutenção da liderança, a contratação de apresentadores ou atores de outras emissoras que estivessem fazendo sucesso, e mesmo que não os utilizassem, ou seja fossem colocados na geladeira, pelo menos bloqueavam o crescimento das TVs adversárias.

No quesito novela, a fórmula era o investimento em remakes de outras emissoras, co-produções e produção de novelas com textos adaptados de versões mexicanas. Mas quem mais deu retorno foram as produções originais mexicanas, entre as quais pode-se citar Carrossel, sucesso absoluto entre o público infanto-juvenil na década de 90. A TV de Silvio Santos ainda fazia parte da cobertura do tetracampeonato do Brasil na Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos, além das Olimpíadas de 1996, em Atlanta e a cobertura da Fórmula Indy em 1995.

O crescimento foi tamanho que em 1996, foi inaugurado o CDT da Anhanguera, um complexo de estúdios da rede e que na época representou o maior complexo de estúdios televisivos do país. Antes suas operações se dividiam entre o auditório no bairro do Carandiru e os estúdios na Vila Guilherme, em São Paulo.

Apesar de se manter tranquilamente na vice-liderança nacional em questões de audiência, o SBT no final dos anos 90 já começa a perceber o crescimento e o poderio da Rede Record. A TV Itapoan, da Bahia e que era afiliada desde 1981, ou seja no início da emissora de Silvio Santos, assina contrato com a Record. Em Fortaleza a TV A Cidade, também se desliga do SBT e passa a fazer parte das afiliadas da emissora do Bispo Edir Macedo. O SBT ainda iria cobrir sua última Copa do Mundo nos anos 90, diretamente da França, em 1998. No mesmo ano, em uma negociação milionária, Silvio Santos mostrou que ainda tinha poder e tirou da Record um de seus melhores apresentadores, Carlos Massa, o Ratinho, que passou a comandar programas no melhor estilo mundo-cão e fez muito sucesso nesse período, se tornando um dos fenômenos televisivos desta década.

Em setembro, o SBT sentiu novamente o poderio da Record ao perder Eliana, estrela de sua programação infantil para a nova rival. Em 1999, novamente o time de Silvio Santos ficou desfalcado e dessa vez, dois duros golpes. A emissora perdia para a onipotente TV Globo Serginho Groisman e Jô Soares, desde então, a casa nunca mais conseguiu emplacar dois apresentadores de talk-show tão carismáticos. Como estava perdendo toda sua prata-da-casa, o SBT resolveu apostar numa tática que já se mostrara de sucesso em outros momentos e acabou por comprar uma série de filmes inéditos em

parcerias com grandes produtoras como a Disney, Warner Brothers e MGM. Entre 2000 e 2002, estes filmes garantiram o auge na audiência no horário, a partir de 2003 tais filmes começaram a ser reprisados, realçando a queda no poderio da TV.

Em 2000, quando o Tribunal Regional Federal estava entrando com uma ação pela ilegalidade e conseqüentemente o fim da Tele Sena, Silvio Santos expôs pela primeira vez a fragilidade que vinha passando em seus negócios. Em carta enviada pelo apresentador aos desembargadores responsáveis pelo caso, o “Homem do Baú”, admitiu pela primeira vez que se não fosse o título de capitalização, já teria aberto falência na emissora, e que criou a mesma pois apenas com o que recebia em publicidade e nos carnês do Baú, não conseguia manter todos seus pagamentos em dia. Inclusive o pacote de filmes descrito acima teriam sido viabilizados com o dinheiro da Tele Sena. “A Tele Sena gerou em oito anos um lucro que está sustentando todas as empresas do grupo, que dão prejuízo em razão dos altos investimentos na própria rede de TV e na abertura de novos negócios (Internet, TV a cabo, banco etc)”, escreveu Silvio Santos”.³

Já em 2001, o SBT para de transmitir dois grandes sucessos, que vinham sendo passados desde 1997, Chiquititas e Disney Club, sendo substituídos por reprises da novela “Éramos seis”, esta característica de “requeantar a programação” foi uma das marcas mais significativas na decadência da emissora. Outro exemplo marcante, se deu na cobertura ao ataque de 11 de setembro nos Estados Unidos, a emissora se limitou a mostrar boletins ao longo de sua programação, enquanto outros canais fizeram uma cobertura maciça do evento.

Neste ano o SBT talvez tenha emplacado um de seus últimos grandes sucessos, mas com muitas polêmicas, tratava-se do reality show Casa dos Artistas, que era apresentado por Sílvio Santos. O programa foi acusado pela imprensa de plagiar a idéia original da Endemol, que realizava o Big Brother e possuía o mesmo estilo: reunião de pessoas em um confinamento. A Rede Globo, que só exibiria a sua primeira versão do Big Brother Brasil em janeiro de 2002, chegou a ir a justiça em busca da proibição de transmissão do programa do SBT, mas acabou perdendo a causa. O sucesso era

³ -Dados obtidos a partir do site: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u532568.shtml>,

tamanho, que A Casa dos Artistas, conseguiu desbancar o inabalável Fantástico e conquistar o primeiro lugar no horário. Em 2003 foi a vez do SBT investir pela última vez na programação esportiva e com uma série de comentaristas e narradores contratados, transmite o Campeonato Paulista, o Torneio Internacional do Qatar, Torneio Sul-Americano e a Copa Ouro, chegando a atingir a marca de 16 pontos no IBOPE durante alguns jogos do Brasil.

Escândalos fora do ar também mostravam o drama pelo qual passava a emissora de Silvio Santos. Em uma entrevista concedida a revista Contigo, o apresentador e dono do canal, disse que estava doente e com pouco tempo de vida restante, tendo por isso vendido o SBT ao grupo Televisa. Ao ter suas afirmações desmentidas pelos envolvidos no caso, Silvio revelou ter dado uma entrevista falsa, uma forma de brincar com a repórter. Só que esta brincadeira custou caro e o “Homem do Baú”, teve que responder a diversos protestos, trazendo uma imagem negativa a sua TV.

Em setembro, novo escândalo envolvendo o canal. O programa Domingo Legal, de Gugu Liberato, revelou ter uma entrevista exclusiva com integrantes do Primeiro Comando da Capital(PCC), na qual eram ameaçados apresentadores de programas policiais e políticos paulistanos, mas tempos depois se descobriu que tudo não passava de uma grande armação da emissora e que a entrevista era falsa. Como resultado o programa ficou uma semana afastado do ar e ao voltar, nunca mais conseguiu conquistar o primeiro lugar absoluto na audiência perdendo espaço novamente para o Faustão e para o então novo Pânico na TV.

Em 2006, a derrota na programação para a Record era cada vez mais comum. Nem mesmo Hebe Camargo, uma das apresentadoras mais antigas da TV brasileira resistiu e, viu seu programa perder sistematicamente para o Repórter Record, uma das ultimas programações com audiência no SBT era conseguido graças a novela mexicana Rebelde, que atraía um grande número de jovens para a emissora. Ainda neste ano, a emissora perde mais duas afiliadas para a Record e fica sem sinal nos estados de Sergipe e Alagoas neste período, voltando apenas em 2007. Em uma rápida comparação, em 2003 o SBT possuía 120 afiliadas pelo Brasil, em 2006, apenas 105. Tentando recuperar a hegemonia pelo segundo lugar, Sílvio Santos começa a fazer uma série de testes e trocas de apresentadores entre suas programações, deixando os telespectadores cada vez mais confusos e sem credibilidade na emissora. Os programas da tarde, em sua maioria novelas repetidas e já desgastadas, não possuem mais horários fixos, fazendo com que o público migrasse para outras TVs.

Em 2007, o próprio dono da emissora volta a fazer parte da grade de domingo como tentativa de reconquistar o público, mas sem muito sucesso. Neste ano ainda perde mais uma afiliada, desta vez em Manaus, para a Record e no fim deste ano, o SBT perdeu finalmente a condição de vice-líder nacional para a Rede Record. O ano de 2008, foi marcado por mais uma perda de afiliada para a Record, desta vez em Santa Catarina. A programação confusa e sem horário definitivo, faz a TV cair ainda mais em descrédito e se consolidar como a terceira opção nacional, além de cancelar o acordo com a Televisa que durava desde 2000, ficando apenas com o direito de transmissão de Chaves e Chapolin.

Em 2009, Silvio conseguiu trazer novamente Eliana, após onze anos, e Roberto Justus, ambos da Record. Como resposta, a emissora de Edir Macedo leva Gugu Liberato, o segundo apresentador mais importante do SBT e que já tinha 20 anos de casa. O “Domingo Legal” seguiu na programação, só que desta vez, sob comando de Celso Portioli. Em 2010, a TV ainda traria de volta nomes como Raul Gil e Marília Gabriela, mas a distância para a Record, já havia se tornado inalcançável. A TV ainda perderia Hebe, para a Rede TV, uma clara demonstração de como não tinha mais tanto poderio. No fim de 2010, Silvio Santos ainda sofreria um grande golpe, ao ter que vender seu banco, o Banco Pan-Americano, que possuía um rombo enorme por falhas administrativas, ao Banco Pactual.

O buraco se formou com o Panamericano vendendo parte dos empréstimos que concedia a seus clientes para outros bancos, mecanismo autorizado pelo Banco Central. Mas, com a venda das carteiras de crédito, o banco deveria tirar do seu balanço essas operações, coisa que não fazia. Com o dinheiro recebido pela venda dos financiamentos, o Panamericano oferecia novos empréstimos para seus clientes. A sequência de vendas sem retirada do balanço acabou inflando o valor do banco.⁴

Caso não tivesse conseguido vender seu banco, a chance de Silvio Santos perder seus outros negócios, entre eles o SBT eram grandes, já que como garantia de crédito estavam todos os empreendimentos do Grupo SS.

A Record atualmente se mantém na segunda posição no ibope sem ser incomodada, mas tal mudança no status, deixando o SBT para trás, começou a se desenhar em 2004. Inicialmente, na compra da emissora pelo Bispo Macedo em 1989, a Record apostava mais em um conteúdo voltado para o público evangélico e teve seu

⁴ -Dados obtidos a partir do site: <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,nao-ganhei-nem-perdi-nada-diz-silvio,673657,0.htm>, visitado em 19-09-2011

ponto alto no episódio em que um pastor chutou uma imagem de uma santa ao vivo. Em um segundo momento, a emissora apostou, assim como o SBT em seu início, em um conteúdo mais popularesco e voltado para o choque e sensacionalismo. Programas como Cidade Alerta, que faz sucesso até hoje e, Programa do Ratinho, representavam os carros-chefes do canal. Somente em 2004, a Record resolveu colocar um padrão de qualidade em seu conteúdo, assim como já faz há anos a Rede Globo e começou a chamar atenção dos telespectadores em geral.

A primeira aposta foi na criação de um jornal competitivo e encorpado, no melhor estilo global, além de investir quase meio milhão de reais na construção de uma indústria própria de novelas. Entre 2004 e 2007, a emissora de Edir Macedo tirou 60 jornalistas da Globo e os escalou em sua linha de frente. Neste período ainda comprou os antigos estúdios de Renato Aragão no Rio de Janeiro, como investimento em teledramaturgia e que ficou conhecido como RecNov, e que devem, em tecnologia, muito pouco aos estúdios da emissora da família Marinho. O canal, entretanto, não investiu apenas em jornalistas e atores consagrados, fez também uma aposta alta em técnicos e operadores de câmeras, oferecendo salários astronômicos para contar com o staff da grande rival. Com a associação entre dinheiro para investir em tecnologia e pessoal com experiência nesta área, a Record conseguiu trazer diretores globais que estavam em dúvida sobre o padrão tecno-estético da nova emissora em ascensão.

Programas como o Hoje em Dia, matinal que mistura entretenimento e informação e baseado em programas norte-americanos, têm rendido bons números a emissora e foi feito após uma pesquisa de opinião. A aposta da Record se mostrou acertada, pois foi a pioneira no investimento de uma programação mais adulta, em um horário que só havia programas infantis, levando assim um grande público.

Como marketing da emissora, também está o fato de se mostrar laica, sem ligação direta com a Igreja Universal, a preocupação é que a imagem da IURD possa causar repulsa e descontentamento no grande público, causando um conseqüente afastamento. Mesmo que em seu organograma a maioria das posições de confiança pertençam a membros ligados a religião evangélica, o descolamento é feito de uma maneira bastante forte. O próprio site da emissora: rederecord.rt.com, tirou de seu conteúdo programático o que passa nas madrugadas de segunda a sexta, que é todo voltado para programas religiosos como o “Fala, que eu te escuto”. Apenas nos finais de semana, dias considerados santos em diversas religiões, aparecem na grade horária programas evangélicos. Nos demais dias semanais, a programação começa por volta das

seis da manhã e acaba por volta de meia noite, ou seja, este intervalo que é recheado com os programas evangélicos não é citado diretamente no site da emissora.

Este horário, a madrugada, inclusive causa grande reclamação das demais emissoras, principalmente da Rede Globo, pois a Record, “vende” seu espaço na programação para a Igreja Universal e, gera assim uma parte de seus lucros. O problema está no valor muito acima do considerado normal no horário pago pela IURD. Nas madrugadas, como é sabido, o ibope de todas as TVs é muito baixo e, mesmo assim a Record recebe 140.000 reais por hora, numa faixa horária em que a Globo, que possui quase quatro vezes mais audiência neste horário, recebe cerca de 40.000 reais. No total, a emissora do Bispo Macedo arrecada apenas neste horário 300 milhões de reais anuais, representando cerca de 30% do faturamento total de sua TV, enquanto os outros canais não chegam a receber 5% do seu total faturado com venda de espaço na programação, nesta mesma faixa horária, apesar de ser obviamente um investimento através da Igreja, até hoje a Justiça não proibiu tal transação financeira.

Em 2007, a Rede Record foi a primeira emissora a lançar um canal exclusivo de informações na TV aberta, o Record News. Há época, a Rede Globo, tentou embarreirar o lançamento, dizendo se tratar de algo inconstitucional, mais uma vez demonstrando sua força, os políticos evangélicos conseguiram dobrar o Ministro das Comunicações Hélio Costa e realizar o lançamento

(...)Nos últimos seis meses, o presidente Lula foi informado pelo ministro das Comunicações, Hélio Costa, sobre o andamento das negociações para a instalação do canal. Costa ficou em meio a duas demandas. De um lado, a Globo o fazia saber que a abertura da emissora feriria certos aspectos da legislação, em especial a proibição de que um mesmo grupo tenha dois canais abertos na mesma cidade – no caso, São Paulo. De outro, políticos ligados à Universal, como o senador Marcelo Crivella e o vice-presidente José Alencar, assediavam Costa com a informação de que existe uma saída jurídica para o impasse. Ao final, Costa sugeriu à Record que mudasse a composição societária da Rede Mulher, emissora que deu lugar à Record News. Mudança feita, o canal foi autorizado a operar.⁵

Apesar de ainda estar bem distante da Globo, na ponta da audiência, os objetivos da Record, não são nada modestos. E mesmo sendo difícil de acreditar que possa um dia assumir o primeiro lugar, não se deve duvidar. Afinal a emissora de Edir Macedo

⁵ - Dados obtidos a partir do site: <http://tvaoextremo.wordpress.com/2011/07/06/tv-record-da-ascensao-a-queda/>, visitado em 18-09-2011

conseguiu o contrato exclusivo em TV aberta dos próximos Jogos Olímpicos, a serem disputados em Londres, fazendo com que pela primeira vez em sua história a Rede Globo não possa transmitir o maior espetáculo esportivo do mundo, algo que até poucos anos atrás era impensável. Sem dúvida a qualidade na transmissão e o retorno do público a este novo modelo de se fazer televisão, irão dizer até que ponto o sonho de uma nova hegemonia possa acontecer.

5-O esporte como estudo de caso:

Um dos carros chefes de qualquer emissora em busca de ídolo é a programação esportiva. Em um lugar, conhecido como o “País do Futebol”, e que possui milhares de torcedores apaixonados, a aposta em programas e transmissões de futebol geralmente dá certo e costuma ter um grande retorno. A Rede Globo, detém uma liderança há vários anos, pois sempre tratou o tema esportivo como de suma importância. Programas como Globo Esporte e Esporte Espetacular, garantem importantes pontos na briga pelo topo da preferência nacional, quando se fala em televisão.

Os direitos de transmissão dos jogos da Série A do Campeonato Brasileiro fazem a emissora da família Marinho ser líder incontestável de audiência nas tardes de domingo e nas noites de quarta-feira. Nos jogos aos sábados, quintas e horários noturnos de domingo, o responsável pela transmissão passa a ser o Sportv, canal de TV fechada e que faz parte das Organizações Globo. Além dos jogos passados na Globo e no Sportv, a emissora ainda vende pacotes de transmissões de jogos de todo o Campeonato Brasileiro, das séries A e B, através de seu programa Premiere FC.

Mesmo a Bandeirantes que possui os direitos de transmissão de alguns jogos do Campeonato Brasileiro, na grande maioria das vezes, é obrigada por contrato a passar os mesmos jogos que a Rede Globo, fazendo com que tenha em grande parte sua audiência canibalizada pela emissora líder de audiência por diversos motivos como, a credibilidade da Globo e seu poderio técnico na transmissão de imagens, já que a qualidade de uma em comparação com a outra é gritante. Através desta artimanha, a Globo se defende de uma possível alegação de monopólio nas transmissões.

5.1-Futebol na Globo, tudo a ver

Entretanto, recentemente o que se viu foi mais uma jogada da Rede Globo para assegurar o controle de uma de suas “galinhas dos ovos de ouro”. Em outubro de 2010, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) derrubou a cláusula de exclusividade que dava preferência à Rede Globo na negociação pelos direitos de TV do Campeonato Brasileiro. Como o acordo, feito entre o tribunal com a emissora e o Clube dos 13, foi feito após a definição do regulamento para o torneio de 2011, a nova licitação deveria abarcar o triênio 2012-2014.

Tal medida foi tomada, pois a maioria dos conselheiros do Cade acreditava que a relação entre o Clube dos 13 e a Rede Globo configurava como prática de cartel (acordo explícito ou implícito entre duas partes para fixação de preços). Na teoria seria o Clube dos 13, entidade que reúne os principais clubes do país, quem definiria as transmissões dos jogos através da negociação dos direitos de imagem dos clubes.

Na configuração que valia até o campeonato de 2011, a Rede Globo contava com uma série de pontos que a favoreciam. Mesmo que outra emissora oferecesse mais dinheiro pelos direitos do torneio, a Globo podia ser consultada e decidir se iria cobrir a oferta ou não. Com as novas regras, se abria a possibilidade do fim da exclusividade nas transmissões da Rede Globo e, em teoria uma disputa leal pela licitação.

Após uma série de impasses, ficou decidido que a licitação pela transmissão do Campeonato Brasileiro no período 2012-2014 teria que ter propostas de no mínimo R\$500 milhões. Porém a Rede Globo se recusou a participar de tal processo e decidiu negociar individualmente com os clubes, o que provocou um racha enorme no Clube dos 13, culminando com vários pedidos de desfiliação. Com essa jogada, a licitação perdeu o caráter de seriedade, já que as emissoras começaram a ficar reticentes quanta a validade da mesma. A Record, uma das principais interessadas e dispostas pagar uma alta quantia de dinheiro para tomar essa exclusividade, desistiu de participar do processo também, por considerá-lo de “cartas marcadas”, já que se estabeleceu um clima de incerteza sobre o futuro das transmissões. Alguns clubes chegaram a aceitar as propostas diretas da Globo sem sequer ouvir outros valores e se retirou emitindo, inclusive, uma nota oficial:

(...)Alguns clubes, antes de ouvir qualquer proposta por parte da Record, já indicam que têm acordos pré-acertados com outra emissora. Os responsáveis por estes acordos que prejudicam os torcedores, clubes e patrocinadores devem vir a público para revelar como foram as negociações e qual o valor acertado previamente, sem concorrência, sem transparência e baseados nos mesmos princípios que ajudaram a reduzir o poder dos clubes, prejudicaram o faturamento das agremiações, limitaram a exposição de patrocinadores e impuseram horários estranhos para a prática do futebol, além de transformar o mais popular esporte do País num mero exportador de talentos. Diante desta atitude a Record informa que não aceita participar de um jogo com cartas marcadas.⁶

⁶Dados obtidos a partir do site: <http://esportes.r7.com/futebol/noticias/rede-record-desiste-da-concorrenca-do-clube-dos-13-para-exibir-brasileirao-de-2012-a-2014-20110311.html>, visitado em 09-09-2011

No final das contas, aconteceu o que todos esperavam, com a retirada da Record apenas a Rede TV participou da licitação e levou os direitos da transmissão do triênio com uma proposta de R\$ 516 milhões de reais por temporada, totalizando 1,54 bilhão de reais. A vitória, no entanto não valeu de muita coisa, já que para confirmação dos novos donos dos direitos de imagem, seria necessário uma assinatura dos clubes cedendo o direito de transmissão de seus jogos, o que não ocorreu devido ao racha no Clube dos 13. O Corinthians, Flamengo, Vasco, Fluminense, Botafogo, Coritiba, Palmeiras, Santos, Cruzeiro e Grêmio anunciaram que iriam negociar seus direitos de imagem diretamente com as emissoras, leia-se Globo, o que inviabilizou todo o processo. A própria Rede TV afirmou que só iria pagar o montante estabelecido caso todos os clubes concordassem em assinar a cessão dos direitos.

Dois meses depois, a licitação vencida pela Rede TV se deu em março de 2011, o próprio Clube dos 13, que estava em pé de guerra com a Rede Globo se rendeu ao poderio da emissora e oficializou a mesma como a transmissora oficial dos jogos durante o triênio 2012-2014. Visivelmente contrariado Fábio Koff, presidente do Clube dos 13, se justificou dizendo que não poderia ir contra a vontade dos clubes que representava e que por isso reviu a licitação vencida pela Rede TV. Entretanto ainda pode haver novidades no caso já que a Rede TV, prometera tomar medidas caso não tenha o direito de transmissão, assim como o Cade que pretende ainda rever os novos acordos assinados, para que não haja nova configuração de truste.⁷

Para se ter uma idéia da importância do esporte em uma disputa por audiência pode-se pegar dados do Ibope para se perceber que no último ano, mais de 22 milhões de pessoas do sexo masculino assistiram esportes na TV e quase 17 milhões de mulheres viram o mesmo segmento. Quando detalhado, percebe-se que a preferência nacional, continua sendo o futebol, explicando assim facilmente a disputa pelos direitos de transmissão do maior campeonato disputado no Brasil.

⁷-Dados obtidos a partir do site: <http://www.gazetaesportiva.net/noticia/2011/05/bastidores/c13-recua-exclui-rede-tv-e-ratifica-contratos-individuais-com-a-globo.html>, visitado em 10-09-2011

Modalidades	Esporte pela TV		Esporte TV Paga	
	Rk	Penetração	Rk	Penetração
Futebol Brasil	1	53%	1	58%
Automobilismo	2	32%	2	39%
Voleibol	3	25%	3	31%
Natação	4	23%	4	28%
Corrida / Maratona	5	22%	8	23%
Volei de praia	6	22%	6	25%
Futebol - Europa	7	21%	5	27%
Atletismo	8	20%	7	24%
Futebol de Salão	9	19%	10	22%
Ginástica Olímpica	10	18%	9	22%
Futebol de Areia	11	15%	12	17%
Futebol - Outros países da América Latina	12	15%	13	17%
Luta livre	13	14%		15%
Motociclismo	14	14%	14	16%
Skate	15	14%	15	15%
Ciclismo	16	13%		13%
Boxe	17	12%		14%
Tênis	18	11%	11	18%

Fonte: Target Group Index - Ano 11 (w1+2) *Entre os consumidores de cada Meio* 8

Obviamente, a importância maior das emissoras não se resume a quantidade de telespectadores que se alcança e, sim a quanto isso é revestido em publicidade e lucros para as empresas. Com a proximidade dos grandes eventos esportivos no Brasil, Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas em 2016, o mercado publicitário esportivo cresceu bem mais que a média da indústria da propaganda. Enquanto a última registrou um crescimento de 18% em 2010, quando comparada com 2009, o segmento Esporte na Televisão apresentou variações de 67% nas TVs abertas e 48% nas TVs pagas.

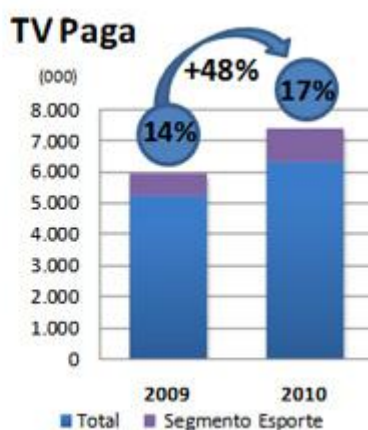
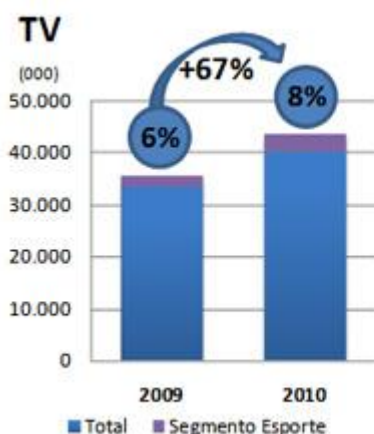
⁸-Dados obtidos a partir do site:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE+Media&docid=3A86902EAD8CECAF8325788700510225>, visitado em 12-09-

2011

Investimento Publicitário Total			
Meio	2009 (R\$.000)	2010 (R\$.000)	% Var.
TV	33.526.416	40.213.791	20%
JORNAL	14.448.701	16.120.105	12%
REVISTA	5.659.525	6.407.192	13%
TV PAGA	5.233.278	6.330.570	21%
INTERNET	1.813.264	3.160.863	74%
RADIO	2.839.583	3.056.429	8%
CINEMA	391.309	432.677	11%
OUTDOOR	100.333	127.226	27%
TOTAL	64.012.407	75.848.854	18%

Fonte: Monitor Evolution - dez/2010 - 37 mercados



9

E novamente se vê a importância do futebol nesses lucros. De acordo com o Ibope, somente o esporte mais popular no Brasil, representou 87% dos investimentos publicitários, contra 9% de outras 23 modalidades como vôlei, basquete, atletismo, futebol de salão, etc.

A própria Globo se utilizou de tais dados para mostrar a importância que a transmissão de jogos pela líder de audiência tem, se justificando que caso os clubes mudassem de emissoras que não possuam a mesma credibilidade, não haverá tanta certeza de lucros.

De acordo com o site UOL, numa tática feroz por manter-se como detentora oficial da transmissão dos jogos, a Vênus Platinada utilizou uma tabela comparativa do Campeonato Baiano mostrando a audiência quando o torneio foi pertencente a Record e a Globo, para convencer os clubes a não mudarem de fonte televisiva:¹⁰

⁹ Dados obtidos a partir do site:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=IBOPE+Media&docid=3A86902EAD8CECAF8325788700510225>, visitado em 12-09-2011

¹⁰ -Dados obtidos a partir do site: <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2011/02/28/guerra-de-tvs---globo-mostra-a-clubes-o-ibope-do-futebol-na-record.jhtm>, visitado em 09-09-2011



A federação baiana que havia trocado a Globo pela Record, já em seu primeiro ano, 2008, viu seu campeonato cair de mais de 20 pontos no Ibope para 13,73. Chegou a haver um crescimento em 2009 em mais de dois pontos, mas voltou a cair e fechou 2010 com 12,35, o que foi o suficiente para os dirigentes voltarem atrás e assinarem novamente com a Globo.

Mas esta não foi a primeira derrota da Record para a Globo, quando se trata de transmissões de futebol. Na disputa para as Copas de 2010 na África do Sul e 2014 para o Brasil, a televisão de Edir Macedo já havia tentado conseguir os direitos comerciais, mas foi superada pela Globo. A Record chegou a alegar que teria oferecido um valor maior pelas transmissões, 180 milhões de dólares por cada um dos mundiais, mas teria sido preterida pela TV Globo por motivos políticos e movimentações nos bastidores da emissora líder de audiência. Como a Globo cobrava taxas altíssimas pelo direito de retransmissão, nenhuma outra televisão aberta, com exceção da TV Bandeirantes que possui vínculos comerciais com a mesma, se interessou pela compra, gerando novamente uma exclusividade nas transmissões. À época a Globo se negou a divulgar

valores, mas informou :” Foram levadas em conta a consistência da proposta em relação à realidade econômica do mercado brasileiro e a capacidade técnica para a transmissão do evento.”¹¹ Em 2006, época em que foi decidido quem iria transmitir os próximos dois mundiais (2010 e 2014), a Record ainda estava começando a assustar a Globo e por isso não possuía um poderio financeiro tão significativo, mas através Honorílton Gonçalves, homem forte da emissora de Edir Macedo, já garantiu que entrará com uma proposta arrasadora pelos direitos das Copas de 2018 e 2022, respectivamente a serem disputadas na Rússia e no Qatar.

Se dentro das quatro linhas no esporte preferido do povo brasileiro a Record ainda não conseguiu nenhuma vitória sobre a Globo, nas demais modalidades a história foi bem diferente. Apostando nos esportes amadores, a Record vem se estabelecendo como a emissora oficial na transmissão destes eventos e seu carro chefe será a Olimpíada de Londres em 2012.

5.2-Record, a emissora oficial do esporte olímpico no Brasil:

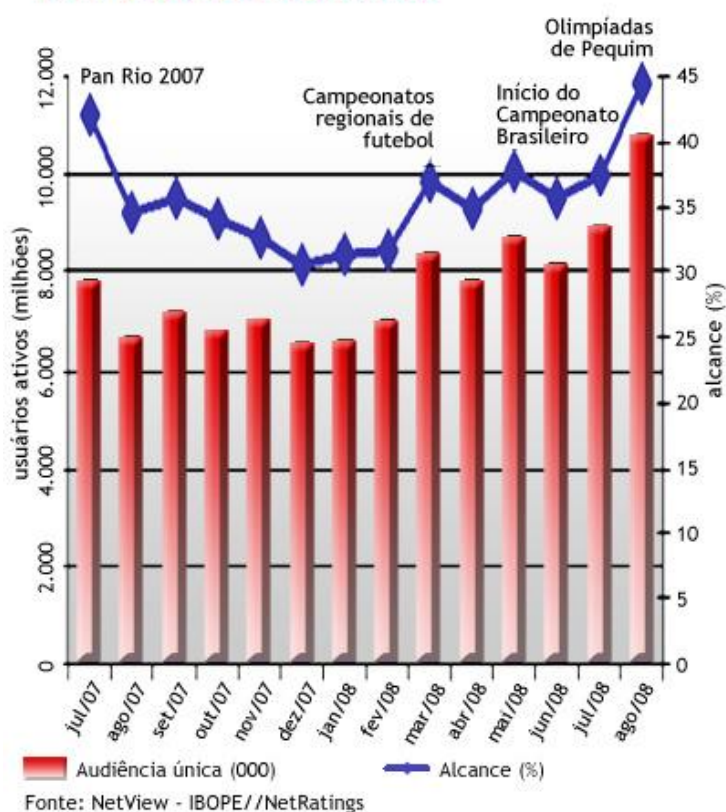
Um ano depois de perder o leilão com a Globo pelas edições das Copas do Mundo de 2010 e 2014, mesmo afirmando ter feito uma proposta bem mais valorosa, a Rede Record contra-atacou e fechou com o COI o direito de ter as transmissões exclusivas para Londres 2012, vale lembrar que as Olimpíadas são o maior evento esportivo do mundo, nunca antes em sua história a Globo deixou de transmitir os Jogos Olímpicos. Para convencer os membros do COI, a Record teve que se comprometer a oferecer uma cobertura expandida do evento, com uma série de canais de TV exclusivos. Os direitos se estendem também a TV a cabo, via satélite, internet e telefonia móvel. Fora isso o montante gasto pela emissora de Edir Macedo foi altíssimo, 63 milhões de reais, mais de duas vezes o que a Globo pagou pelos Jogos Olímpicos de Pequim. O acordo incluiu também os Jogos Olímpicos de Inverno de 2010, em Vancouver no Canadá.

Para se ter uma idéia do tamanho da importância, mesmo sem ser futebol, que possui uma Olimpíada, pode-se pegar os dados obtidos pelo Ibope, que realizou uma pesquisa da quantidade de brasileiros que no período dos Jogos de Pequim acessaram a

¹¹ -Dados obtidos a partir do site: <http://blogs.estadao.com.br/cristina-padiglione/globo-leva-copa-ate-2014/>, visitado em 13-09-2011

Internet em busca de assuntos relacionados a esporte. Graças a este evento, o grupo de sites que falavam sobre esportes registrou o maior crescimento em números absolutos em agosto, aumentando em 1,9 milhão de novos usuários neste segmento e atingindo uma audiência de 10,8 milhões de pessoas. Os números de acessos aos conteúdos esportivos na internet significaram 44,5% dos usuários ativos neste período no Brasil, ou seja, uma excelente forma de divulgar ainda mais o nome da Record e assim aumentar sua audiência. Obviamente uma cobertura mal feita dos Jogos, causaria um resultado contrário e afastaria um grande número de telespectadores já fidelizados pela emissora, além dos que são telespectadores em potencial.

Evolução da audiência única e do alcance da subcategoria Esportes - internet domiciliar, Brasil - julho/2007 a agosto/2008



12

Ainda na parte financeira, se a Record teve que pagar mais do dobro pelos direitos televisivos das Olimpíadas, deu certo troco na Globo, ao fazer com que a líder

¹² -Dados obtidos a partir do site:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=IBOPE+Nielsen+Online&docid=5C977944D637949E832574D70059AB84>, visitado em

13-09-2011

de audiência tivesse que negociar a compra para transmissão dos jogos nos canais fechados de televisão, através da Globosat. A negociação girou em torno de 22 milhões de dólares, para as Olimpíadas de 2008 a Globosat havia pago apenas três milhões de dólares. Pelo contrato a Globosat passou a ter exclusividade na transmissão dos Jogos de Londres na TV a cabo, entretanto a emissora de Edir Macedo segue sendo a única a ter direito de transmitir o evento na TV aberta.¹³

Porém, especula-se que a Globo já teria uma maneira de contra-atacar e não perder indiretamente a audiência para a Record. Como o Sportv, pertencente a Globosat, passou a ter o direito de transmissão dos Jogos de Londres, a cúpula global estaria interessada em propor as três maiores operadoras de TV a cabo no Brasil, SKY, NET e Telefônica a criação de um pacote básico, que incluiria os canais do Sportv, com duração de quatro meses em 2012 e que custaria apenas dez reais. A vontade de impedir o crescimento da Record é tamanha, que a Globo já teria se prontificado a cobrir o rombo que as operadoras teriam por disponibilizar estes pacotes a preços módicos.¹⁴

O novo projeto da Record, de apostar nos esportes, mas não exclusivamente no futebol, é uma maneira de se posicionar e tentar criar uma nova identidade com o público, mostrando uma nova abordagem e se desligando da “cara” de TV Globo. A Record apostou nos esportes amadores, em certa medida abandonados pelas TVs abertas e que só ganhavam relevância em grandes eventos ou em partidas decisivas. Nos últimos anos, a emissora de Edir Macedo transmitiu com exclusividade os Jogos Olímpicos de Inverno de Vancouver, em 2010, e os jogos Sul-Americanos de Medellin, em 2011. Para este ano, a Rede Record comprou os direitos de transmissão exclusivos para TV aberta do Pan-Americano de Guadalajara, em 2011, além de garantir os próximos em 2015 no Canadá.

¹³ -Dados obtidos a partir do site:

http://grupomm.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Record_vende_Olimpiadas_2012_a_Globosat,
visitado em 14-09-2011

¹⁴ -Dados obtidos a partir do site: <http://rd1audiencia.virgula.uol.com.br/televisao/exclusivo-globo-pode-passar-a-perna-na-record-em-olimpiadas-2012/>, visitado em 14-09-2011

6-Conclusão:

Sem dúvida alguma, o crescimento da Rede Record se deu em grande parte a Igreja Universal, seja através do seu público de fiéis que assistem ao canal, seja através dos valores pagos, muito acima do valor de mercado, por horários esvaziados nas madrugadas semanais. Vale lembrar que ao comprar a emissora, em 1989, Edir Macedo estava adquirindo uma empresa falida, cheia de dívidas e por um preço baixo: 45 milhões de reais; atualmente a Rede Record se fixou e se distancia cada vez mais como a segunda na preferência nacional e tem um valor de mercado acima de dois bilhões de reais, além de contar com instalações, equipamentos e equipes de primeira.

O crescimento da rede, também influenciou bastante no crescimento da religião, através da divulgação de atos e idéias através da televisão, pois assim, pode-se difundir os preceitos da IURD para milhões de lares, sem a necessidade de lugares físicos, que demandassem uma grande logística. Milhares de fiéis chegaram aos templos, após assistirem os programas da madrugada e se identificarem com a religião. Entretanto, não se pode esquecer o caráter empresarial de Edir Macedo, pelo tamanho e pelo crescimento absurdo em pouco mais de vinte anos que sua emissora alcançou. Reduzir-se a importância que a Rede Record tem atualmente no cenário nacional a uma simples difusora de pensamentos evangélicos é demasiadamente leviano.

Uma das provas claras disso, que é a emissora vice-líder de audiência tenta, sem obviamente quebrar algumas diretrizes básicas da religião, se distanciar cada vez mais da imagem da Rede Record, ou seja, não quer atrair apenas os seguidores neo-pentecostais, mas também aqueles que se sentem repelidos a idéia de uma emissora ligada a uma igreja, uma característica totalmente voltada para o mercado e com o objetivo claro de tentar cada vez mais incomodar a Rede Globo, que ocupa, praticamente desde seu início, a liderança na preferência nacional.

Através deste trabalho, conseguiu-se achar uma série de diferenças que fizeram a Rede Record chegar à vice-liderança, quando comparada com o SBT, empresa de Silvio Santos, que ocupava tal colocação anteriormente. Percebeu-se também uma maneira diferente de tentar tirar a liderança da empresa da Família Marinho, quando comparadas com outras tentativas de emissoras no passado. Apesar de copiar alguns modelos que deram certo na Globo, Edir Macedo aposta em nichos e programas não explorados pelos líderes da preferência nacional. Como exemplo fatídico, está a aposta em um conteúdo esportivo não voltado completamente ao futebol, já que tal terreno já está mais do que sedimentado nos domínios das Organizações Globo e sim, uma aposta em esportes

olímpicos, e que culminará em 2012 com a exclusividade, na TV aberta, das transmissões dos Jogos Olímpicos de Londres. Como já falado ao longo deste trabalho, o próximo ano servirá para mostrar quais são as reais chances da emissora de Edir Macedo chegar ao primeiro lugar, já que estará em foco durante a realização do maior evento esportivo do mundo, há de se lembrar também que uma cobertura com falhas, provocará uma derrota catastrófica da Record em busca do topo e de se fazer uma nova maneira de criar na TV.

Ou seja, pode-se concluir que a Igreja Universal, apesar de todo aporte financeiro e deu grande séquito, não é a única responsável pelo crescimento vertiginoso da Rede Record, até a chegada ao segundo lugar do IBOPE na preferência nacional, porém os reais interesses de Edir Macedo e do restante da cúpula evangélica da IURD, ainda não estão bastante claros. Sem dúvida a partir de um acompanhamento mais profundo sobre como se darão as transmissões do Pan Americano de Guadalajara, a ser realizado em outubro de 2011 e que também contará com a exclusividade na transmissão para TV aberta pela Record, assim como os Jogos Olímpicos de Londres, poder-se-á entender melhor esta organização, que mistura religião e mercado, de maneira às vezes sutil, às vezes direta. Acredita-se que, só com os desdobramentos pós-eventos as imagens ficarão menos turvas e mais claras.

7-Bibliografia:

ALENCAR, Marcos Antônio Gonçalves. Deus e o diabo em tempos de mídia: a salvação como produto televisivo. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ECO/UFRJ, 2001.

ASSMANN, Hugo. A igreja eletrônica e o seu impacto na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1986.

BARBOSA, R. C. ; BRITTOS, V. C. . O padrão tecnoestético e a produção simbólica da Rede Record de Televisão na IURD. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba : Intercom, 2009. v. 1.

BERGER, Peter L. O dossel sagrado: Elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Paulinas, 1985.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos. REVER (PUCSP), v. 4, p. 1-26, 2008.

FONSECA, Alexandre Brasil. Evangélicos e mídia no Brasil. Dissertação de mestrado, Mestrado em Antropologia e Sociologia/ UFRJ, 1997^a

GIUMBELLI, Emerson. *O fim da religião: dilemas da liberdade religiosa no Brasil e na França*. São Paulo: Attar Editorial, 2002.

LEMONS, Christina & TAVOLARO, Douglas. O Bispo: A história revelada de Edir Macedo. Rio de Janeiro: Larousse, 2007

RAMOS, Rosemary de Moraes. Os Efeitos Mediáticos Sócio-Religiosos na Construção da Cidadania. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ECO/UFRJ, 2002.

REFKALEFSKY, Eduardo. Estratégia de comunicação e posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus :um estudo do marketing religioso. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ECO/UFRJ, 2004.

REFKALEFSKY, Eduardo . Estratégias de comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, e dos televangelistas nos EUA: um estudo comparado. In: II Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação (Pré-Congresso da XXVIII Intercom), 2005, Rio de Janeiro. Anais do XXVIII Intercom 2005 - Ensino e Pesquisa em Comunicação. São Paulo : Intercom, 2005. v. 1. p. 18-19.

RIBEIRO, José Wagner. A televisão como instrumento de manipulação da fé. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ECO/UFRJ, 2001.

RIBEIRO, J.W. & PINTO, F.S. . A mídia e a Igreja Universal. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos : Intercom, 2007. v. 1.

ROCHA, M. P. N. O Império Midiático da Igreja Universal do Reino de Deus: reflexões e análises das estratégias de comunicação da IURD. . In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília : Intercom, 2006. v. 1.

WEBER, Max. *A Ética Protestante e o espírito do Capitalismo*. São Paulo: Pioneira, 1996.